



MANUAL DE VERIFICAÇÃO

UM GUIA DEFINITIVO PARA A VERIFICAÇÃO DE CONTEÚDO DIGITAL NA COBERTURA DE EMERGÊNCIAS.

European
Journalism
Centre



EDITADO POR CRAIG SILVERMAN

EDITOR DO "REGRET THE ERROR", THE POYNTER INSTITUTE.

Sobre

O Manual de Verificação é um recurso novo e inovador para jornalistas e equipes de socorro, com orientações passo-a-passo para a utilização de conteúdo gerado pelo usuário (UGC, do inglês User Generated Content) em situações de emergência.

Em uma situação de crise, as redes sociais ficam sobrecarregadas com atualizações, pedidos de socorro, relatos de novos acontecimentos e informações sobre resgate. Muitas vezes, relatar a informação correta é um passo crítico para a formulação de respostas do público e dos técnicos de ajuda humanitária; pode ser, literalmente, uma questão de vida ou morte.

O Manual dá conselhos de melhores práticas sobre como verificar e utilizar as informações fornecidas pelas massas, além de recomendações práticas para facilitar o preparo das redações para a cobertura de desastres.

Ainda que seja voltado principalmente para jornalistas e socorristas, o Manual pode ser usado por qualquer pessoa. Seu aconselhamento e orientação são valiosos seja você um jornalista, cidadão repórter, trabalhador de ajuda humanitária, voluntário, estudante de jornalismo, especialista em comunicação de emergência ou acadêmico pesquisando mídias sociais.

O Manual é desenvolvido e gerido pelo [Centro Europeu de Jornalismo](#) (EJC, da sigla em inglês), com sede na Holanda, como parte de sua iniciativa de [Emergency Journalism](#). Esse trabalho está sob licença internacional [Creative Commons Atribuição-NãoComercialSemDerivados 4.0](#).

Editores do manual

- Editor: Craig Silverman, The Poynter Institute
- Revisor: Merrill Perlman, the American Copy Editors Society (ACES)

Produção

[European Journalism Centre](#)
[Emergency Journalism](#)



**Emergency
Journalism**
toolkit for better and accurate reporting

Patrocinadores

- [Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap](#)
- [African Media Initiative](#)



Tradução PT-BR

A versão em português do Brasil foi produzida pela agência [Paradox Zero](#), com a colaboração de Luísa Ferreira, Moreno Osório e Paulo Rebêlo.

Parceiros

- [UNHCR - The UN Refugee Agency](#)
- [United Nations Alliance of Civilizations \(UNAOC\)](#)
- [United Nations Development Programme](#)
- [Poynter](#)
- [Ethical Journalism Network](#)
- [Meedan](#)
- [Humanity Road](#)
- [WITNESS](#)
- [Dart Centre Europe](#)
- [Paradox Zero](#)



Poynter.



paradox
ZERO

Contato

Rina Tsubaki

E-mail: info@verificationhandbook.com

European Journalism Centre

Oranjeplein 106

6224KV Maastricht

The Netherlands

Tel. : +31 43 325 40 30

Fax : +32 2 400 42 20

No Brasil

Paradox Zero

E-mail: rebelo@paradoxzero.com

Tel.: +55 (11) 3280-4139 ou +55 (61) 4042-3280

Prefácio

No ambiente digital de hoje em dia, onde boatos e conteúdos falsos circulam, jornalistas precisam ser capazes de diferenciar materiais autênticos dos forjados. Esse manual inovador é leitura obrigatória para jornalistas que lidam com todo tipo de conteúdo gerado por usuários. **Wilfried Ruetten, Diretor, Centro Europeu de Jornalismo (EJC)**

Informações precisas podem ser um recurso que salva vidas durante uma crise humanitária, mas as circunstâncias em que essas crises surgem costumam ser as mais difíceis para obter informações confiáveis. Esse livro vai ajudar não só jornalistas, mas qualquer pessoa trabalhando em situações de ajuda humanitária, a verificar os fatos em campo. **William Spindler, Porta-voz, Alto Comissariado das Nações Unidas Para Refugiados (ACNUR)**

Esse manual será essencial para que jornalistas cobrindo conflitos religiosos e étnicos informem de forma mais balanceada, transparente e precisa, ajudando a diminuir tensões entre e dentro das comunidades. **Matthew Hodes, Diretor, Aliança das Civilizações das Nações Unidas (UNAOC)**

Nos dias de hoje, saber o que é verdade e como verificar notícias e outras informações é essencial. Esse manual oferece ferramentas essenciais para todo mundo, jornalistas e consumidores. **Howard Finberg, Diretor de Parcerias de Treinamento, The Poynter Institute**

Obter os fatos corretos é um princípio básico do jornalismo, mas os meios de comunicação têm dificuldade para ser éticos quando surge uma grande notícia. Esse manual ajuda os jornalistas a manter a fé no relato da verdade - mesmo quando a especulação online está desenfreada. **Aidan White, Diretor, The Ethical Journalism Network (EJN)**

Tudo se resume à informação certa, na hora certa e no lugar certo. Quando há acesso limitado às áreas afetadas por desastres, é crucial para a equipe de ajuda humanitária obter informações através das redes sociais de forma efetiva. Esse manual é útil para trabalhadores de ajuda humanitária trabalhando in loco, assim como para voluntários online. **Christoph Dennenmoser, Líder de Equipe de Necessidades Urgentes, Humanity Road Inc.**

Capítulo 1

Quando surge uma notícia de emergência



Craig Silverman é um jornalista empreendedor, fundador e editor do [Regret the Error](#), um blog do Poynter Institute sobre erros da mídia, precisão e verificação de informações. Ele também desenvolveu um [curso](#) sobre checagem de dados na era digital para a Poynter News University. Além disso, Craig Silverman atua como diretor de conteúdo da [Spundge](#), uma plataforma que permite aos profissionais crescer e monetizar seus conhecimentos através de conteúdo. Anteriormente, Silverman ajudou a lançar a OpenFile, uma startup de notícias online que publicava reportagens locais em seis cidades canadenses. Ele é o autor de "Regret The Error: How Media Mistakes Pollute the Press and Imperil Free Speech" ("Lamente o erro: como erros da mídia poluem a imprensa e põem em risco a liberdade de expressão", em tradução livre) e seu trabalho foi reconhecido por instituições como U.S. National Press Club, Mirror Awards, Crime Writers of Canada e National Magazine Awards (Canadá). Seu Twitter é [@craigsilverman](#).



Rina Tsubaki lidera e administra as iniciativas "[Verification Handbook](#)" e "[Emergency Journalism](#)" no [European Journalism Centre](#) na Holanda. Emergency Journalism reúne recursos para profissionais de mídia e comunicação que noticiam sobre situações voláteis na era digital. Tsubaki tem falado com frequência sobre esses tópicos em vários eventos, incluindo uma reunião da ONU e o Festival Internacional de Jornalismo. Anteriormente, ela gerenciou vários projetos com foco no papel dos cidadãos no cenário em transformação da mídia e, em 2011, ela foi a principal colaboradora do [Internews Europe's report](#) sobre o papel da comunicação durante o terremoto que ocorreu em março daquele ano no Japão. Ela também colaborou com o Hokkaido Shimbun, um jornal diário regional japonês. O Twitter dela é [@wildflyingpanda](#).

"... Existe uma necessidade da parte de todos os jornalistas de nunca supor nada e sempre confirmar e verificar tudo, de modo a permanecer como fontes confiáveis de notícias e informações" — **Santiago Lyon, vice-presidente e diretor de fotografia, The Associated Press**

Depois que um terremoto de magnitude 8.1 graus atingiu o norte da Índia, não demorou até que circulasse a informação de que 4 mil prédios haviam desabado em uma única cidade, causando "inúmeras mortes". Outros relatos diziam que o principal edifício de uma universidade e o da Suprema Corte da região também teriam desabado.

Foi uma situação parecida de quando um terremoto de 9.0 graus atingiu o nordeste do Japão. As pessoas ouviram dizer que chuva tóxica ia cair devido a uma explosão

nas premissas de uma companhia de petróleo e que agências de socorro não podiam usar aviões para mandar abastecimento para o país.

Todos essas informações eram falsas, baseadas em boatos.

Boatos e desinformação sempre acompanham situações de crise e emergência. Aquele terremoto na Índia? Foi em 1934, muito antes da internet e das redes sociais. Já o do Japão ocorreu em 2011.

Ambos os terremotos resultaram em boatos porque a incerteza e a ansiedade - dois elementos básicos de crises e situações de emergência - fazem com que as pessoas inventem e repitam informações questionáveis.

"Em suma, boatos surgem e se espalham quando as pessoas estão inseguras e ansiosas sobre um assunto de relevância pessoal; e também quando parece crível, dada a sensibilidade das pessoas envolvidas na propagação", escrevem os autores de "Rumor Mills: The Social Impact of Rumor and Legend" ("Moinhos de rumores: o impacto social de boatos e lendas", em tradução livre). [Um artigo na Psychology Today](#) abordou a questão de outra forma: "o medo alimenta boatos. Quanto mais ansiedade coletiva um grupo tem, mais inclinado ele está a começar o moinho de boatos (rumor mill)".

No mundo conectado de hoje, as pessoas espalham informações falsas e boatos intencionalmente, como se fosse uma piada, para conseguir mais "curtidas" e seguidores ou simplesmente para causar pânico.

Como resultado, o trabalho de checagem talvez seja mais difícil justamente nas situações em que é mais importante fornecer informações precisas. Em um desastre, seja por causas naturais ou humanas, os riscos de imprecisão são ampliados. Pode se tornar, literalmente, uma questão de vida ou morte.

Ainda assim, em meio ao ruído e aos boatos, existe sempre um forte sinal que traz à luz informações valiosas e importantes.

Quando um voo da US Airways foi forçado a pousar no Rio Hudson, um homem numa balsa foi a fonte de uma imagem urgente e reveladora que só uma testemunha ocular poderia ter capturado naquele momento:



Jānis Krūms
@jkrums



Follow

<http://twitpic.com/135xa> - There's a plane in the Hudson. I'm on the ferry going to pick up the people. Crazy.

Reply Retweet Favorite Buffer More

122
RETWEETS

699
FAVORITES



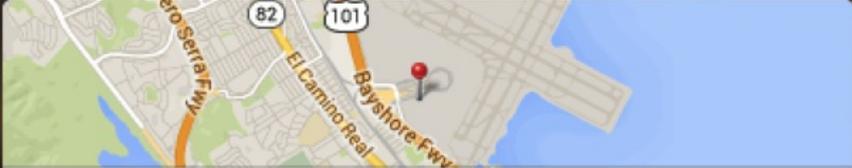
3:36 PM - 15 Jan 09

[link original](#)



[link original](#)

As pessoas no local do ocorrido são ainda mais valiosas em lugares onde jornalistas têm pouco ou nenhum acesso e onde agências de ajuda não foram capazes de atuar. Hoje, essas testemunhas frequentemente pegam o telefone para documentar e compartilhar o que veem. Pode ser uma testemunha ocular em um barco no rio ou um homem que acabou de escapar de um acidente de avião, como nesse exemplo de 2013:



I just crash landed at SFO. Tail ripped off. Most everyone seems fine. I'm ok. Surreal...

— **David Eun** at **San Francisco International Airport (SFO)** (Airport)

July 6th

[Sign In To View Activity](#)

O público depende de fontes oficiais como veículos de comunicação, serviços de atendimento a emergências e agências governamentais para fornecer informações confiáveis em tempo hábil.

Mas, ao mesmo tempo, essas organizações e instituições cada vez mais se voltam ao público, às massas, para fornecer novas informações e dar perspectiva e contexto aos fatos. Quando isso funciona, cria-se um círculo virtuoso: fontes de informação oficiais e estabelecidas - agências governamentais, ONGs, veículos de comunicação - oferecem informação crítica em momentos de necessidade e trabalham de perto com pessoas que estão no local do acontecimento e são as primeiras a ver e documentar uma crise ou emergência.

Para conseguir isso, jornalistas e agentes de ajuda humanitária precisam se habituar a usar mídias sociais e outras fontes para reunir, triangular e verificar as informações, muitas vezes contraditórias, que surgem durante um desastre. Eles precisam dominar processos demonstrados, ferramentas confiáveis e técnicas experimentadas. Acima de tudo, eles precisam conseguir tudo isso antes que uma crise aconteça.

Um desastre não é o momento para tentar verificar informações em tempo real. Tampouco é o momento para determinar quais são as normas e práticas para lidar com informações fornecidas pelas massas. E mesmo assim, é exatamente isso que muitas redações e outras organizações fazem.

Felizmente, nos últimos anos foram desenvolvidas várias ferramentas, tecnologias e melhores práticas para permitir a qualquer um dominar a nova arte da checagem de informações. E muitas outras estão sendo criadas o tempo inteiro.

O objetivo, no fim das contas, é alcançar a harmonia de dois elementos centrais: preparar, treinar e coordenar pessoas com antecedência e durante uma emergência; e fornecer a elas recursos que as possibilitem aproveitar ao máximo as ferramentas que permitem a checagem e que estão sempre em desenvolvimento.

A combinação do humano e do tecnológico com um sentido de direção e diligência é, afinal, o que ajuda a acelerar e aperfeiçoar a verificação. No entanto, essa é uma nova combinação, e as ferramentas e tecnologias podem mudar rapidamente.

Este livro sintetiza os melhores conselhos e experiências com base nos conhecimentos de importantes profissionais de alguns dos maiores veículos de comunicação, ONGs e organizações técnicas e de voluntariado do mundo, até mesmo das Nações Unidas. Ele oferece orientação, ferramentas e processos essenciais para ajudar organizações e profissionais a fornecer ao público informações rápidas e confiáveis quando elas são mais necessárias.

**

A verdade é que bons profissionais frequentemente deixam-se enganar por informações ruins e a tecnologia pode nos desviar do caminho tanto quanto pode nos ajudar. Isso pode ser ainda mais verdadeiro quando tanta informação é transmitida a um ritmo tão rápido quanto hoje e quando tantas redações e empresas deixam de ter programas e processos formais de treinamento para verificação de dados.

"O empreendimento de checar e desmascarar conteúdo fornecido pelo público depende muito mais de palpites jornalísticos do que de tecnologias da moda", escreveu David Turner em um artigo na [Nieman Reports](#) sobre a plataforma da BBC de recebimento de conteúdos fornecidos pelo público, chamado de BBC User

Generated Content Hub. "Enquanto alguns chamam essa nova especialização em jornalismo de 'informação forense', não é preciso ser um especialista em TI ou possuir equipamentos especiais para questionar e responder às perguntas fundamentais usadas para julgar se uma situação é montada ou não".

Essa compreensão de que não existe uma solução milagrosa ou teste perfeito é o ponto de partida para qualquer análise da verificação de informações e para o trabalho de oferecer informações confiáveis durante um desastre. Isso exige que jornalistas e outros profissionais observem primeiro os pontos fundamentais da checagem de fatos, que existem há décadas e não vão se tornar obsoletos.

Em seu capítulo neste livro, Steve Buttry se concentra em uma questão básica que está no núcleo da checagem. Há ainda a seguinte lista de pontos fundamentais:

- Antes que desastres e notícias urgentes aconteçam, determine uma série de procedimentos a serem seguidos.
- Crie e desenvolva fontes humanas.
- Entre em contato com as pessoas, fale com elas.
- Seja cético quando alguma coisa parece boa demais para ser verdade.
- Consulte fontes confiáveis.
- Familiarize-se com métodos de busca e pesquisa, além de novas ferramentas.
- Comunique-se e trabalhe em cooperação com outros profissionais - checagem é um esporte de equipe.

Outra máxima que foi acrescentada à lista acima nos últimos anos é que, quando você estiver tentando avaliar a veracidade de uma informação, seja ela uma imagem, um tweet, um vídeo ou outro tipo de conteúdo, você deve verificar a fonte e o conteúdo.

Quando a Associated Press promoveu Fergus Bell para liderar a criação e desenvolvimento do seu processo para verificar vídeos produzidos por cidadãos, ele inicialmente recorreu às tradicionais orientações da organização para checagem de informação, em vez de procurar novas ferramentas e tecnologia.

"A AP sempre teve seus padrões e eles não mudaram muito. Foi através desses padrões que conseguimos desenvolver fluxos de trabalho e melhores práticas para lidar com mídias sociais", disse Bell. "A AP sempre se esforçou para encontrar a fonte original para basear as reportagens. E essa é sempre a forma que usamos para verificar conteúdos gerados pelos usuários. Na maioria dos casos, não podemos checar alguma coisa a não ser que falemos com a pessoa que a criou".

Partindo desses princípios, as organizações podem começar a construir um processo confiável e replicável para verificar informação em situações de emergência. Checar informações em redes sociais, sejam elas declarações sobre fatos, fotos ou vídeos, torna-se mais fácil uma vez que você conhece seus procedimentos e sabe como aplicá-los.

Dessa forma é possível aproveitar da melhor maneira ferramentas como leitores

EXIF, plug-ins de análise de fotos, busca avançada do Twitter, pesquisas de domínios whois/lookup e outras ferramentas descritas neste livro.

Além desse conjunto de ferramentas e os processos e padrões que definem como usá-las, existe também o elemento crítico do "crowdsourcing": atrair o público para esse processo e trabalhar com ele para garantir que todos tenham melhores informações nos momentos em que elas são mais necessárias.

Andy Carvin, que recentemente deixou seu emprego de estrategista social sênior na NPR, é talvez o profissional mais celebrado e experiente em checagem de informação gerada por "crowdsourcing". Ele disse que o segredo é trabalhar com as massas para, como diz o lema da NPR, "criar um público mais informado".

"Quando uma grande notícia surge, não deveríamos apenas usar mídias sociais para enviar as últimas manchetes ou pedir a opinião das pessoas depois do fato", disse Carvin em palestra no Festival Internacional de Jornalismo.

Ele acrescentou: "nós não deveríamos simplesmente pedir a ajuda deles quando estamos tentando cobrir uma grande história. Deveríamos ser mais transparentes sobre o que sabemos e o que não sabemos. Deveríamos abordar de forma ativa os boatos que circulam online. Em vez de fingir que eles não estão circulando, ou que não são da nossa conta, deveríamos enfrentá-los de frente, desafiando o público a questioná-los, analisá-los e entender de onde eles podem ter vindo e por quê."

Este livro é um manual para ajudar a todos nós — jornalistas, trabalhadores de ajuda humanitária, repórteres cidadãos e qualquer outra pessoa — a adquirir habilidades e conhecimento necessários para trabalhar juntos durante acontecimentos críticos, de modo a separar as notícias dos rumores e finalmente melhorar a qualidade da informação disponível na nossa sociedade quando ela é mais importante.

Estudo de caso 1.1

Separando rumores de fatos em uma zona de conflito na Nigéria



Stéphanie Durand gerencia parcerias estratégicas de mídia e uma série de projetos da [Aliança de Civilizações das Nações Unidas](#) em Nova York. Ela é encarregada de organizar treinamentos de mídia, convocar encontros de especialistas e editores, desenvolver projetos multimídia e gerenciar um portfólio com mais de 80 parceiros. Ela já trabalhou na Sciences Po Paris como diretora-adjunta do Centro Americano e depois na pós-graduação de Jornalismo, onde desenvolveu a estratégia internacional. De origem franco-germânica, Durand possui diplomas de bacharel e mestra pela Sciences Po Paris e de

mestra em Relações Internacionais pela London School of Economics. Seu Twitter é [@steffidurand](#).

A região de Jos, na área central da Nigéria, é tradicionalmente conhecida como "Lar da Paz e do Turismo". Hoje em dia, e já há algum tempo, essa área tem sido palco de uma guerra em andamento relacionada a questões religiosas e sectárias.

Jos fica na fronteira norte-sul da Nigéria. A parte norte do país é predominantemente muçulmana, enquanto o sul é majoritariamente cristão.

A crise em Jos gerou manchetes alarmantes como "Assaltantes islâmicos matam centenas de cristãos perto de Jos" e "Muçulmanos assassinam cristãos na Nigéria Central". Essas manchetes e outras semelhantes levaram alguns líderes religiosos a culpar a mídia por incitação à violência religiosa, devido à natureza provocativa das matérias.

Mas existe, sim, violência mortal em Jos e a imprensa deve contar essa história de forma precisa. Para tanto, eles precisam filtrar um número crescente de boatos que se espalham por mensagens de texto, redes sociais e blogs, além de tomar cuidado para evitar publicar falsas informações que inflamem ainda mais a situação.

Jornalistas locais também estão expostos a intimidação, autocensura e medo de retaliações por parte de autoridades governamentais ou militantes. Além disso, a mídia internacional enfrenta outros desafios por causa da redução de recursos, resultando em correspondentes que precisam trabalhar sozinhos para cobrir uma região inteira.

Isso pode afetar o conhecimento e a sensibilidade desses correspondentes em relação ao contexto local, além de aumentar a dependência deles em relação a conteúdos reunidos e distribuídos por testemunhas presentes no lugar dos acontecimentos - muitas vezes desconhecidas. Jornalistas devem ter o cuidado de verificar o que descobrem, ou correm o risco de aumentar as tensões e gerar ataques de retaliação com base em boatos.

Em janeiro de 2010, quando veículos de comunicação começaram a noticiar outro grande conflito em Jos, começaram a circular boatos sobre quadrilhas armadas com facas e facões em volta de casas, mesquitas e igrejas. Testemunhas atribuíram diferentes causas para o conflito: algumas afirmaram que se devia à reconstrução de casas destruídas durante motins em 2008, enquanto outros falaram de uma briga durante uma partida de futebol ou da queima de uma igreja.

Mensagens de texto também tiveram um papel importante ao incitar violência diretamente com mensagens como "mate-os antes que eles o matem".

Ao mesmo tempo, blogs mostravam regularmente fotos de vítimas de violência.

O processo de checagem das informações é mais crucial do que nunca em situações onde o medo e as impressões erradas se espalham por todos os lados. É essencial que os jornalistas se distanciem das paixões das pessoas envolvidas na situação e verifiquem a precisão de relatos que narram ou mostram visualmente violência étnica ou religiosa. Desmascarar um boato sobre uma série de assassinatos ou uma crise iminente pode, literalmente, salvar vidas.

Assim como em outros lugares, em Jos as mídias sociais perpetuam a desinformação, ao mesmo tempo em que permitem aos jornalistas conectar-se e interagir com membros do público como parte do seu trabalho. As redes sociais também oferecem uma plataforma para responder a boatos e verificar informações, criando o tipo de confiança e transparência necessárias para evitar a intensificação de um conflito.

Em Jos, a aplicação da checagem em colaboração com os cidadãos ajuda a mídia a atenuar tensões e conter conflitos. Ela resulta e encoraja uma cobertura midiática justa e precisa que é extremamente necessária.

Enquanto essa certamente não é a única resposta necessária para aliviar tensões, tais coberturas jornalísticas desempenham um importante papel em direção à dissipação de medos, suspeitas e ódio que estão no coração dos conflitos étnicos e religiosos.

Capítulo 2

O básico da verificação: regras para seguir



Steve Buttry é editor de Transformação Digital na Digital First Media. Ele já foi editor, repórter e writing coach de sete jornais dos Estados Unidos e ocupou papéis de liderança no TBD.com e no Instituto Americano de Imprensa. Buttry liderou mais de 40 seminários, workshops e webinários sobre ética ao redor do mundo. Também foi nomeado [Editor do Ano](#) em 2010 pela revista Editor & Publisher. Nos seus 42 anos de carreira jornalística, trabalhou em várias partes dos Estados Unidos e do Canadá e em países como Irlanda, Venezuela, México, Alemanha, Japão, Arábia Saudita, Equador, Sibéria, França e

Itália. O blog dele é stevebuttry.wordpress.com e sua conta no Twitter é [@stevebuttry](https://twitter.com/stevebuttry).

Em 1996, eu fiz um projeto sobre o [time de basquete feminino de uma escola americana que, 25 anos antes, havia ganho o campeonato estadual de Iowa](#). Entrevistei todos os 12 membros do time Farragut, além da estrela e treinadora do Mediapolis, equipe que o Farragut derrotou na final.

Perguntei a todas elas como o Farragut tinha ganho o jogo. Todas ofereceram relatos diferentes, muitos deles bastante vívidos, da mesma história: a estrela do Mediapolis, Barb Wischmeier, que tinha 1,80m de altura, marcou facilmente vários pontos, no início do jogo, contra as meninas do Farragut, que eram mais baixas.

Assim, o Mediapolis assumiu a liderança.

A treinadora do Farragut colocou no jogo Tanya Bopp, que não tinha mais de 1,50m, para marcar Wischmeier. Bopp cometeu várias faltas (algumas jogadoras lembravam especificamente que foram três ou quatro) contra a garota mais alta, que ficou confusa e menos agressiva. O Farragut acabou ganhando o jogo.

Não questionei essas consistentes lembranças durante a apuração, mas descobri quase acidentalmente que elas haviam sido exageradas. Uma das garotas me emprestou um vídeo da partida. Assisti o jogo inteiro, procurando detalhes que contribuíssem para minha reportagem. Eu não estava questionando as lembranças de ninguém, mas quando terminei a fita, pensei que devia ter deixado alguma coisa passar. Então vi o jogo todo outra vez.

A pequena Tanya Bopp cometeu apenas uma falta na garota mais alta. Isso de fato deixou a estrela do Mediapolis confusa e fez com que o jogo virasse, mas aconteceu apenas uma vez. Todos aqueles relatos em primeira pessoa que eu havia escutado eram imprecisos, alimentados pelas emoções (alegria ou angústia) de um momento importante na vida delas, moldados pela lenda que se formou a partir daquele jogo.

A lenda - e a oportunidade de honrá-la mostrando a verdade - forneceram um ótimo fio condutor para [minha matéria](#), mas também me ensinaram uma lição sobre

checagem: não confie nem mesmo em testemunhas honestas. Procure documentação.

Lendas são legais e até mesmo divertidas para atletas e fãs revivendo os dias gloriosos de uma equipe esportiva. Mas jornalistas, ativistas e defensores dos direitos humanos devem lidar com a verdade e devem estar sempre comprometidos em encontrar e contar a verdade, especialmente em uma situação de emergência.

Não importa se estamos reconstituindo a história de um desastre natural, uma notícia de última hora ou alguma crença popular. Como contadores de histórias, temos que nos lembrar que escutamos um produto de memórias falhas ou perspectivas limitadas. Se nosso objetivo é contar a verdade, verificar os fatos tem de ser uma norma.

Precisamos ouvir com seriedade as histórias contadas por nossas fontes, permanecendo atentos a oportunidades para verificá-las. Por exemplo, será que essa fonte tem um vídeo, uma foto, uma carta ou um documento (velho ou novo) que possa oferecer mais detalhes, ajudar a verificar os fatos ou talvez corrigir uma lembrança confusa? E ao receber esse material, especialmente em situações de emergência, quando o tempo é curto, precisamos investigá-los e aplicar os pontos básicos da checagem de informações.

Independentemente do momento e do seu papel nele, os princípios da verificação são atemporais e podem ser aplicados a qualquer situação, quer seja uma notícia de última hora, um desastre natural ou a narração de uma história apócrifa de um quarto de século antes.

A essência da verificação

Um dos clichês mais importantes do jornalismo, declamado pomposamente por editores experientes que cortam outros clichês de reportagens sem piedade, é o seguinte: "se sua mãe diz que o ama, verifique".

Mas o clichê não diz ao jornalista ou ao trabalhador humanitário como verificá-lo. A verificação é a base do jornalismo, mas também ilustra a dificuldade da profissão e a necessidade de manter altos padrões, já que o caminho até a verificação pode variar de acordo com cada fato.

Este manual não vai apresentar a jornalistas, defensores de direitos humanos e outros profissionais atuantes em emergências uma série de passos universais para a verificação. O que ele trará são estratégias para checar os fatos, quaisquer que sejam eles e qualquer que seja sua motivação ou papel.

A pergunta principal da verificação é: "como você sabe disso?"

Repórteres precisam fazer essa pergunta às fontes; editores precisam fazê-la aos repórteres. Repórteres, editores, produtores e defensores dos direitos humanos precisam fazer a pergunta em terceira pessoa sobre fontes que não podem ser questionadas diretamente: como eles sabem disso?

A consultora em redações Rosalie Stemer acrescenta uma segunda pergunta que ilustra o processo complexo de verificação e a ética de persistência e habilidade que a verificação exige: de que outra forma você sabe disso?

Quando questionamos fontes e materiais, e quando nossos colegas nos questionam, precisamos procurar múltiplas fontes de verificação, múltiplos caminhos para a verdade. (Ou encontrar furos nas informações ou na história antes de agir.)

A verificação usa uma mistura de três fatores:

1. A habilidade, a persistência e o ceticismo do profissional
2. O conhecimento, a honestidade e a confiabilidade da fonte e o número e variedade de fontes que você consegue encontrar e persuadir a falar
3. Documentação

A tecnologia mudou a forma de como aplicamos esses três fatores: o ciclo de notícias de 24h e a ascensão das mídias sociais e dos conteúdos gerados por usuários exigem que façamos a apuração e divulgação das notícias ao mesmo tempo em que os eventos acontecem, decidindo rapidamente se uma informação foi suficientemente verificada; ferramentas digitais nos oferecem novas formas de encontrar e contactar fontes; bancos de dados e os onipresentes celulares com câmeras nos fornecem quantidades altíssimas de documentação. Uma verificação bem-sucedida resulta do uso eficaz da tecnologia, assim como do comprometimento com padrões imutáveis de precisão.

A necessidade de checagem começa com o simples fato de que muitas das nossas fontes de informação estão erradas. Elas podem mentir maliciosamente ou transmitir informações incorretas de forma inocente; podem ter lembranças imprecisas ou carecer de contexto ou compreensão. Elas também podem estar em perigo ou impossibilitadas de informar tudo o que sabem ou de ter uma visão ampla dos acontecimentos enquanto eles se desdobram.

Nosso trabalho não é reproduzir o que as fontes dizem e o material que elas oferecem, e sim questioná-las, triangular o que elas oferecem com outras fontes confiáveis e verificar o que é verdade, eliminando do nosso trabalho (antes de publicar, mapear ou transmitir) o que é falso ou não foi adequadamente verificado.

Cada uma das muitas formas de verificação que podemos escolher tem suas falhas: em muitos casos, e especialmente em situações de emergências, somos apresentados a uma quantidade cada vez maior de fontes oficiais e não conseguimos encontrar fontes primárias, as pessoas que de fato viram os acontecimentos em questão ou mesmo participaram deles. Mas esses relatos podem ter falhas.

Em 2006, o governador do Estado norte-americano de West Virginia, Joe Manchin, falou a repórteres que 12 dos 13 mineiros presos debaixo da terra haviam sido [resgatados da mina Sago](#). Qual jornalista não publicaria essa notícia?

Mas o governador estava errado. Doze dos mineiros morreram; só um foi resgatado. Ele se baseou em informações de terceiros e não foi questionado pelos jornalistas presentes sobre como ele sabia que os mineiros estavam vivos. Precisamos questionar fontes aparentemente confiáveis tão agressivamente quanto quaisquer outras.

Novas ferramentas

O processo de documentação mudou com a tecnologia. O vídeo que me ajudou a desmascarar a lenda em 1996 não estaria disponível por meio de um dos membros do time se eu tivesse tentado apurar a reportagem 15 anos antes (mesmo que eu pudesse ter assistido ao vídeo nos arquivos do canal de TV). E nos anos que se passaram desde que usei aquele vídeo para verificação, a disponibilidade de celulares e câmeras de segurança aumentou a quantidade e a importância da vídeo-documentação. Por outro lado, a facilidade da edição digital de vídeos aumenta a importância do ceticismo. E é claro que qualquer vídeo registra apenas uma parte da história.

A tecnologia também mudou o jeito de encontrar e lidar com fontes e informações. Conforme participantes e testemunhas de acontecimentos noticiosos compartilham seus relatos pela publicação de textos, fotos e vídeos em redes sociais e blogs, jornalistas podem encontrar e conectar-se mais rapidamente com pessoas que viram as notícias se desenrolarem, tanto usando ferramentas de busca e outras tecnologias, e também pelo crowdsourcing.

Podemos usar novas ferramentas de forma mais eficaz aplicando aquelas antigas perguntas: como eles sabem disso? De que outra forma eles sabem disso?

Quanto ao velho clichê sobre verificar o amor da sua mãe, eu verifiquei a fonte (o antigo Chicago City News Bureau) a partir de várias fontes online: o [Chicago Tribune](#), [AJR](#) e [The New York Times](#). Até aí, no entanto, a lenda complica a verificação. Um artigo de 1999 publicado no [Baltimore Sun](#) por Michael Pakenham dizia que a frase já era atribuída a um antigo editor de plantão, [Arnold Dornfeld](#) (assim como dizem três dos artigos linkados acima), mas “Dornie disse que foi outro antigo editor da redação, [Ed Eulenberg](#), quem de fato disse isso primeiro”.

Sua mãe provavelmente o ama como ela diz. Você pode verificar entrevistando os amigos, familiares ou procurando fotos e vídeos onde ela expressa seu amor. Encontre cartas ou atualizações de status do Facebook onde ela demonstre seu afeto. Documente os presentes e ações que mostram seu amor. E então faça a mesma coisa em todas as reportagens, todos os acontecimentos e todos os projetos.

Estudo de caso 2.1

Usando redes sociais como rádio-escuta



Anthony De Rosa é editor-chefe da [Circa](#), uma organização de notícias com foco em tecnologias móveis. Ele atuou como editor de redes sociais da Reuters e tem mais de 15 anos de experiência como especialista em tecnologia em empresas como Newmark Knight-Frank, Merrill Lynch, Bristol-Myers Squibb e Reuters Media. Em 2011, ganhou o prêmio de Best Storytelling Innovation da Reuters pela cobertura de acontecimentos em tempo real usando blogs e redes sociais. Recentemente, foi agraciado com um prêmio de jornalismo do El Mundo. O Twitter dele é: [@AntDeRosa](#).

O meio pelo qual conseguimos informações pode mudar, mas os princípios de verificação sempre se aplicam. Questionar o que você vê e escuta, procurar e verificar a fonte, além de falar com fontes oficiais e primárias, continuam sendo os melhores métodos para informar com precisão.

No Circa, nós monitoramos as últimas notícias do mundo inteiro, mas publicamos apenas o que podemos confirmar. Isso exige que usemos redes sociais para monitorar as notícias enquanto elas acontecem, de modo que possamos aplicar a verificação.

Lembre-se que as informações nas redes sociais devem ser tratadas da mesma forma que aquelas vindas de qualquer outra fonte: com extremo ceticismo.

Em geral, vejo a informação da mesma forma que encararia um fato que ouvi em uma rádio-escuta da polícia. Absorvo muito e retransmito muito pouco. Uso a informação como uma pista para seguir de forma mais tradicional. Faço ligações telefônicas, envio e-mails e entro em contato com fontes primárias que possam confirmar (ou não) o que estou vendo e ouvindo.

No caso do tiroteio de 2013 no aeroporto de Los Angeles, por exemplo, nós observamos relatos vindos de testemunhas oculares e contactamos o LAPD, o escritório local do FBI e o investigador do condado de Los Angeles (LA county coroner). Se não pudéssemos verificar de forma independente o que ouvimos e vimos, atrasávamos a publicação da notícia.

Mesmo quando grandes empresas de comunicação já estavam divulgando a informação, nós esperávamos até poder confirmar com fontes primárias. Frequentemente, esses veículos citam fontes policiais não-identificadas. Como vimos no caso do atentado na Maratona de Boston, no tiroteio na Marinha de Washington e em outras situações, fontes anônimas ligadas às autoridades policiais muitas vezes não são confiáveis.

Usando o TweetDeck para monitorar atualizações

Se as redes sociais são uma rádio-escuta, o TweetDeck é o seu rádio. Existem algumas maneiras de criar seu próprio painel e monitorar o fluxo de atualizações.

Eu monto listas no Twitter, com antecedência, para usos específicos. Meus tópicos incluem polícias, repórteres e veículos de comunicação locais confiáveis, além de repórteres especializados. Posso colocar essas listas sob a forma de colunas no TweetDeck e fazer buscas nelas, ou simplesmente deixá-las como um feed de monitoramento.

Avião de pequeno porte aterrissa no Bronx

Foi assim que usei as buscas no TweetDeck durante o pouso de emergência de um pequeno avião no Bronx, em janeiro de 2014, para descobrir notícias de última hora, triangular e verificar o que encontrei.

Vários tweets apareceram na minha linha do tempo (timeline) mencionando a aterrissagem de um avião na Major Deegan Expressway, no Bronx, em Nova York, o que não é um acontecimento normal.



NYC Fire Wire
@NYCFireWire

Follow

Bronx *Plane Down* Major Deegan Expy. E-81 confirming a small plane down, no fire, appears to be an emergency landing.

Reply Retweet Favorite More

49

RETWEETS

6

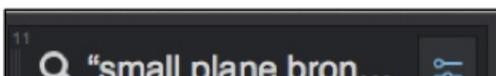
FAVORITES



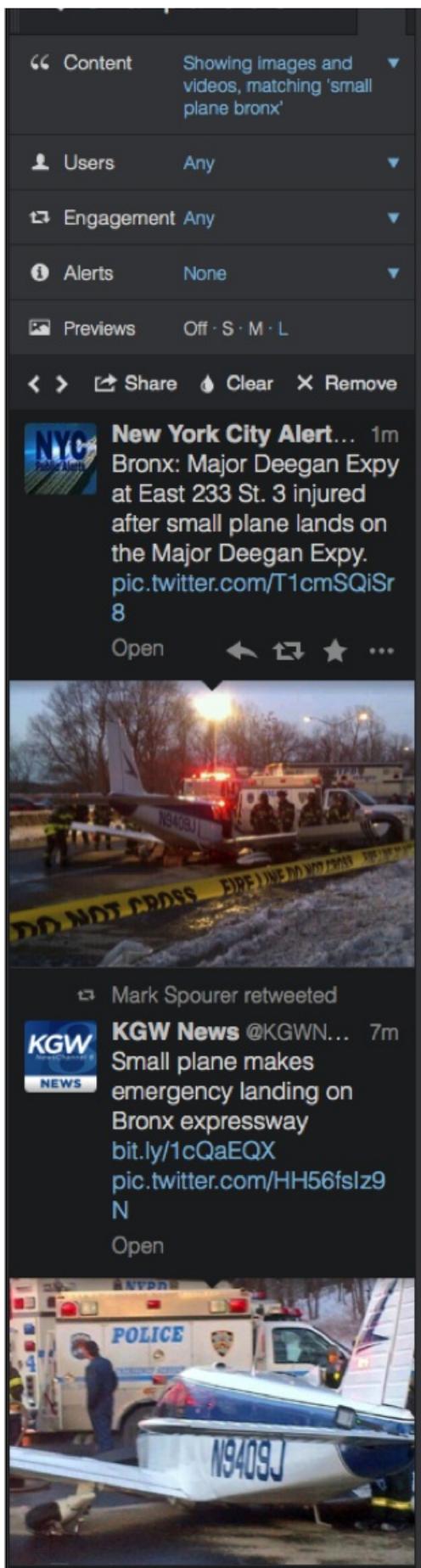
12:28 PM - 4 Jan 14

O avião pousou por volta das 15h30 no horário local de Nova York (o tweet está com o fuso-horário padrão do Pacífico, ou Pacific Standard Time). Esse foi um dos primeiros tweets que mencionaram a aterrissagem. Sigo algumas contas de Twitter na região de Nova York, que atuam como um tipo de rádio-escuta policial do que acontece na área. Não reproduzo as informações até poder confirmá-las, mas é útil ter essas fontes como um alerta em potencial, para a partir daí investigar mais.

Depois de ver os primeiros relatos, comecei uma busca no TweetDeck usando o recurso de mostrar tweets que só têm imagens ou vídeos. Usei os termos de busca "small plane" ("pequeno avião") e "Bronx".



Os resultados acima mostram que fontes de



notícia locais e confiáveis estavam noticiando a aterrissagem do avião e que elas tinham imagens do acontecimento. Também encontrei outras informações e imagens através de uma busca mais ampla de todos os tweets usando um filtro de localização (até 8 km de Nova York) e as palavras-chave "pequeno avião" e "Bronx":

Também busquei na minha lista especializada, formada por contas verificadas pertencentes a agências governamentais do Estado e da cidade de Nova York, usando novamente o filtro de localização. Essas fontes confiáveis (abaixo) me ajudaram a confirmar o acontecimento.

A essa altura, entrei em contato com o escritório de informações públicas do Corpo de Bombeiros de Nova York (FDNY) para confirmar o que havia visto e perguntar sobre qualquer outro detalhe que eles tivessem. Disseram que havia três pessoas a bordo: dois passageiros e um piloto. Depois, fomos informados sobre a marca e o modelo do avião, o nome da pessoa com o qual o avião havia sido registrado e o hospital para onde o piloto e os passageiros foram levados. As redes sociais nos levaram ao acontecimento, mas tivemos que ir atrás dos detalhes da forma tradicional.

Sentindo que havíamos compilado uma quantidade suficiente de informações confiáveis para começar, apresentamos nossa matéria (veja abaixo). O aplicativo Circa oferece aos leitores a opção de "seguir" uma notícia e receber atualizações à medida em que mais informações são adicionadas. Nosso processo consiste em publicar uma notícia o mais rápido possível com informações verificadas e continuar acrescentando atualizações. O TweetDeck nos permite sair na frente com uma notícia ainda em desenvolvimento e procurar pessoas confiáveis (forças policiais, fontes primárias) que possam confirmar a validade das atualizações das redes sociais. Em alguns casos, contactamos a pessoa que enviou a informação no Twitter e tentamos determinar se ela é confiável.

Construindo um conjunto de provas

As informações que você vê nas redes sociais deveriam ser o primeiro passo para tentar

Q "small plane bron..."

Content

Showing all Tweets

matching small plane bronx, near

excluding Enter words to exclude

written in any language

retweets included

Users Any

Engagement Any

Alerts None

Previews Off · S · M · L

Share Clear Remove

 **Stuart DiMartini** @s... 35s
Small plane makes emergency landing on Bronx expressway, no major injuries reported nj.com/news/index.ssf...
Open

 **soulupdates** @soulu... 53s
Small Plane Crash Lands On Bronx Expressway, No One Dies: If you are traveling northbound on the Major Deegan ... bit.ly/1i5O73v
Open

Ryan Pollydore retweeted

 **New York City Alert...** 8m
Bronx: Major Deegan Expy at East 233 St. 3 injured after small plane lands on the Major Deegan Expy. pic.twitter.com/T1cmSQiSr8


Open

verificar o que realmente aconteceu, não a palavra final em termos de notícia.

O segredo é observar o máximo possível, absorver informações e compará-las a outros conteúdos para construir um conjunto de provas. Encontre formas de corroborar o que você achou contactando diretamente e verificando a confiabilidade das pessoas que estão conectadas ao conteúdo que você encontrar.

Como havia dito, trate as redes sociais como rádio-escuta.

Content

Showing all Tweets

matching plane

excluding Enter words to exclude

retweets included

Users Any

Alerts None

Previews Off · S · M · L

Edit list

Share Clear Remove

plane down on Deegan Expressway. #FDNY firefighters removing plane's fuel. <pic.twitter.com/a4xcEALmj>



Open

FDNY @FDNY 1h
Now: Plane on Deegan Expswy. Three non-life threatening injuries. No cars affected. #FDNY removing plane fuel. <pic.twitter.com/V03PIQng1>



Open

NYPD NEWS @NYPD... 1h
A Cessna plane made an emergency landing on Major Deegan Expwy at Exit 13 minor injuries ALL N/B lanes closed <pic.twitter.com/cg1fsA1Jkt>



Open

Small plane makes emergency landing on Bronx expressway

U.S. - JANUARY 6, 2014 3:20PM

A private plane was forced to land suddenly along the Bronx's Major Deegan Expressway.



FOL
STO

SHA

Capítulo 3

Verificando conteúdo gerado por usuário



Claire Wardle é pesquisadora convidada do Tow Center da Columbia University, trabalhando em um grande projeto de conteúdo gerado por usuário e noticiário de TV. Ela criou o programa de treinamento de mídias sociais para a BBC em 2009 e viajou o mundo treinando jornalistas em verificação de notícias via redes sociais. De dois anos para cá, Claire trabalha na [Storyful](#). Claire é Ph.D em Comunicação pela Annenberg School for Communication na University of Pennsylvania. Ela mantém o perfil [@cward1e](#) no Twitter e possui um blog em [clairewardle.com](#).

Em menos de uma década, a apuração de notícias foi modificada por duas importantes transformações.

A primeira é a tecnologia móvel. No verão de 2013, um importante marco foi alcançado. Pela primeira vez, [mais da metade \(55%\) de todos os telefones móveis vendidos foram smartphones](#).

Por definição, um smartphone possui uma câmera de alta qualidade que tira fotos e faz vídeos, além de permitir que o usuário se conecte facilmente à internet para disseminar o material criado. Como resultado, mais e mais pessoas carregam no bolso a tecnologia necessária para filmar rapidamente eventos que acontecem ao seu redor, compartilhando o conteúdo diretamente com pessoas que podem se interessar pelo assunto, inclusive de maneira ainda mais ampla via redes sociais.

A segunda transformação foi o desenvolvimento da chamada web social. Quando o User Generator Content Hub da BBC teve início, no começo de 2005, eles esperavam que as pessoas mandassem conteúdo para um endereço centralizado de e-mail. Naquele momento, o Facebook tinha apenas pouco mais de 5 milhões de usuários; hoje, possui mais de um bilhão. O YouTube e o Twitter ainda nem haviam sido lançados. Agora, a cada minuto, [100 horas de vídeo são enviadas ao YouTube](#), 250 mil tweets são publicados e 2,4 milhões de postagens são compartilhadas no Facebook.¹ O comportamento da audiência mudou substancialmente.

Em vez de filmar algo e, quando solicitado, enviar o conteúdo à imprensa, as pessoas filmam o que elas vêem e publicam no Facebook, YouTube ou Twitter. Pesquisas mostraram que uma parcela muito pequena da audiência possui entendimento suficiente do processo noticioso para considerar suas filmagens relevantes o bastante para enviá-las, sem que seja solicitado, a um veículo de notícias ou a outra entidade². Na verdade, eles enviam o conteúdo para compartilhar a experiência com

amigos e familiares.

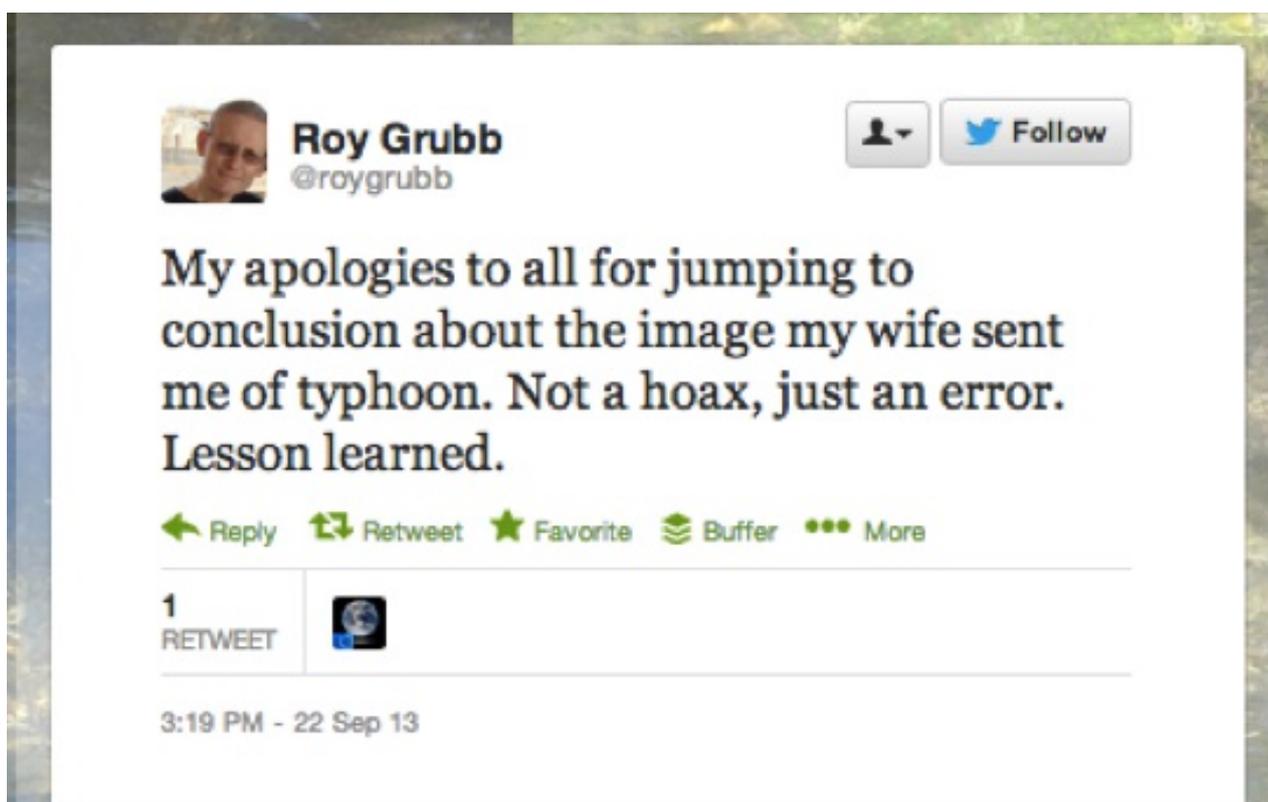
Cada vez mais, em qualquer evento ao redor do mundo, há “jornalistas acidentais”: pessoas no lugar certo e na hora certa com um smartphone nas mãos. Anthony De Rosa, ex-editor de mídias sociais da Reuters e atual editor do Circa, [escreve](#) o seguinte: “o primeiro pensamento de quem filma ou fotografa não é: ‘eu preciso compartilhar isso com uma grande emissora de TV’. Porque eles não se importam com as tradicionais redes de TV ou, o que é provável, nunca tenham ouvido falar delas. No entanto, eles conhecem a internet e é lá onde eles decidem compartilhar o seu conteúdo com o mundo.”

De modo similar, durante uma situação de urgência, a audiência tende a buscar as redes sociais para obter informação, já que os próprios serviços de emergência estão utilizando as redes. Infelizmente, notícias desse tipo são um convite para a circulação de falsas informações, seja de forma deliberada ou não. Portanto, jornalistas e profissionais de ajuda humanitária devem sempre ter em mente, logo de início, que o conteúdo é incorreto. Durante emergências, quando a informação pode literalmente afetar vidas, a verificação é uma parte crítica da apuração noticiosa e do processo de disseminação da informação.

A importância da verificação

O fato de qualquer pessoa poder publicar conteúdo, classificando-o ou descrevendo-o como parte de determinado evento, deixa muitos jornalistas, particularmente editores, aterrorizados com a possibilidade de serem enganados ou de publicar conteúdo falso.

Algumas pessoas procuram enganar propositalmente a imprensa criando websites falsos, inventando contas de Twitter, alterando imagens no Photoshop ou editando vídeos. No entanto, muitas vezes os erros não são deliberados. As pessoas, ao tentar ajudar, às vezes acham conteúdo antigo erroneamente atribuído ao que está sendo noticiado e o compartilham. Abaixo está um exemplo de um homem se desculpendo depois de [tuitar uma foto](#) enviada por email a ele por sua esposa. Ela disse que o tufão Usagi estava indo em direção a Hong Kong; na verdade, era uma imagem antiga de outra situação.



As pessoas baixam vídeos do YouTube e publicam em suas próprias contas, dizendo ser delas, o que causa outros problemas. Não se trata de tentar enganar – isso é conhecido como “scrape” na expressão em inglês, ou “raspagem”, em português – mas dificulta ainda mais o trabalho de achar quem fez o upload original do conteúdo.

A dificuldade de achar filmagens originais foi demonstrada quando o Comitê de Inteligência do Senado americano [divulgou uma lista de 13 vídeos](#) que tinham originalmente aparecido no YouTube. Essa lista foi usada por eles para procurar por evidências relacionadas ao ataque com armas químicas no leste de Gouta, na Síria, em 2013. Uma parte desses vídeos foi retirada de um conhecido canal sírio no YouTube que regularmente republica vídeos dos canais de outras pessoas. Isso sugere que os vídeos da playlist não eram vídeos originais, e sim “scrapes”. Usando vários tipos de técnicas de verificação, Félim McMahon, da agência Storyful, conseguiu descobrir as versões originais. Ele escreveu sobre o processo [aqui](#). O que esse exemplo mostra é que essas questões já não são mais uma preocupação apenas para a comunidade jornalística.

Processo de verificação

Verificação é uma habilidade-chave, tornada possível por meio de ferramentas online gratuitas e antigas técnicas jornalísticas. Nenhuma tecnologia pode verificar automaticamente um conteúdo gerado por usuário com 100% de certeza. No entanto, o olho humano ou as tradicionais investigações também não são suficientes. É a combinação das duas que faz a diferença.

Quando um jornalista ou um profissional de ajuda humanitária acha uma informação ou um conteúdo via mídias sociais, ou os recebe de alguém, há quatro elementos para checar e confirmar:

1. Proveniência: o conteúdo é original?

2. Fonte: quem fez o upload do conteúdo?
3. Data: quando o conteúdo foi criado?
4. Local: onde o conteúdo foi criado?

1. Proveniência: confirmando a autenticidade de um conteúdo

Se você encontra algo num perfil de mídias sociais, você deve cumprir um checklist para ter certeza de que se trata de um perfil real.

Fique atento porque o site lemmetweetthatforyou.com consegue fazer um tuíte falso com extrema facilidade e que pode ser compartilhado como uma imagem.

Outro jeito de espalhar falsa informação no Twitter é inserindo informações falsas em um retweet (RT). Por exemplo: "Really? RT@JoeBiden I'm announcing my retirement from politics." (Na tradução do inglês: "Estou me retirando da política", teria dito o vice-presidente dos Estados Unidos, Joe Biden.) Isso faz parecer que você esteja apenas dando retweet no conteúdo original.

Outra artimanha é adicionar a marca azul de verificação do perfil do Twitter na foto de capa de um perfil falso, de modo a parecer que ele é legítimo. Para checar se uma conta é realmente verificada, passe o mouse na marca e você verá que o texto "contada verificada" se mexe. Se não acontecer isso, não é uma conta verificada.

O Facebook introduziu um programa de verificação similar, usando a mesma marca azul, para celebridades, jornalistas e autoridades políticas. Essas marcas azuis podem aparecer em páginas no Facebook ou em perfis pessoais. Assim como o Twitter, o Facebook gerencia o programa de verificação e decide quais pedidos de verificação aceitar. Em páginas do Facebook, como a do Usain Bolt (abaixo), a marca aparece embaixo da foto de capa, próximo ao nome da pessoa.



Em perfis pessoais, a marca aparece na foto de capa. Aqui está o perfil de Liz Heron, editora de mídias emergentes do The Wall Street Journal:



É interessante notar que, assim como no Twitter, as pessoas estão aprendendo a usar o Photoshop para colocar as marcas azuis em suas fotos de capa. Então, assim como no Twitter, se você passar o mouse por cima da marca azul, a frase “perfil verificado” vai aparecer.



Mas, assim como no Twitter, lembre-se que o processo de verificação está longe de ser transparente. Logo, com pessoas menos famosas, pode não ficar claro se uma conta não foi verificada ou se é falsa, ou se as pessoas não são famosas o suficiente para serem verificadas!

Mesmo com os programas oficiais de verificação, não há jeito rápido de checar se uma conta é real. É preciso uma meticulosa checagem de todos os detalhes disponíveis no perfil. Itens a ser conferidos incluem websites relacionados, localização, imagens e vídeos anteriores, atualizações de status ou tweets antigos. Quem são seus amigos e seguidores? Quem eles estão seguindo? Eles aparecem em listas de outras pessoas?

Se você estiver verificando um conteúdo rico em informações, como uma foto ou vídeo, uma das primeiras questões é saber se a foto ou o vídeo são originais. Usando ferramentas de pesquisa reversa de imagens, como o TinEye ou Google Images³, você pode saber se algo já foi publicado antes. (Para mais detalhes sobre como usar essas ferramentas, veja o capítulo 4 deste livro.)

Apesar de boatos propositais serem raros, eles ocorrem. Em anos recentes, apareceram vídeos – em geral inofensivos – produzidos por [empresas de relações públicas buscando aparecer](#), e por [estudantes fazendo um trabalhos de escola](#). Também houve tentativas deliberadas de criar falso conteúdo, particularmente na Síria e no Egito, onde desacreditar o “inimigo” pode significar compartilhar conteúdo aparentemente verdadeiro em canais de mídias sociais.

Algumas técnicas incluem criar um website falso, porém visualmente idêntico, e [se responsabilizar por um ataque a bomba](#) ou encenar um incidente horrível e culpar o outro lado. Manipulação é relativamente fácil de se fazer hoje e se você é Nancy Pelosi [tentando criar uma fotografia de todas as deputadas](#), mesmo quando algumas delas estão atrasadas, ou um grupo de ativistas sírios compartilhando o vídeo de [um homem aparentemente sendo enterrado vivo](#), qualquer jornalista ou profissional de ajuda humanitária deve partir do princípio de que aquele conteúdo gerado por usuário é falso. (Veja o capítulo 5 deste livro para mais detalhes sobre verificação de vídeo.)

2. Confirmando a fonte

O objetivo final ao tentar verificar conteúdo gerado por usuário é identificar quem originalmente fez o upload e entrar em contato com ele.

Neste ponto, é importante descobrir onde ele estava posicionado quando fez a filmagem, o que ele podia ver e o tipo de câmera usada. Essas questões fornecem os dados essenciais para responder à pergunta “como você sabe disso?”, que Steve Buttry apresentou no capítulo anterior.

Se alguém está tentando passar adiante falsas informações, deliberadamente ou não, fazer perguntas diretas obrigará a pessoa a admitir que, na verdade, não é ela a autora da filmagem. Adicionalmente, é possível cruzar referências, comparando as respostas a essas questões com informações obtidas ao examinar os dados EXIF de uma foto, ou comparando o vídeo de um local específico com o Google Street View, situação que vamos detalhar nos capítulos subsequentes.

Mas, primeiro, você precisa achar a pessoa responsável pelo conteúdo. Pesquisar a história de quem fez o upload pode lembrar uma antiga investigação policial e talvez faça você parecer mais um stalker do que um jornalista ou pesquisador.

Algumas pessoas colocam um grande número de informações em seus perfis e um nome real (especialmente um que não seja muito comum) pode fornecer um bom número de informações. As pessoas usam diferentes redes sociais e em geral não se dão conta de como combinações de informações obtidas em diferentes lugares podem construir um dossiê substancial. Um perfil no YouTube com poucas informações pessoais, mas contendo apenas a URL de um site, oferece ao jornalista a chance de obter endereço, email e telefone pessoal pelo serviço de who.is⁴

3. Confirmando a data do evento

Checar a data de um vídeo pode ser um dos elementos mais difíceis de verificar. Alguns ativistas estão cientes dessa dificuldade e vão mostrar um jornal daquele dia, com a data claramente visível quando eles compartilharem suas filmagens. Isso obviamente não é infalível, mas se uma pessoa que faz uploads se torna conhecida e confiável das organizações, sejam elas noticiosas ou humanitárias, isso pode ajudar bastante.

Saiba que o YouTube data seus vídeos usando o Pacific Standard Time. Deste modo, pode dar a impressão de que o vídeo foi publicado antes de o evento acontecer.

Outro jeito de ajudar a determinar a data é usando informações meteorológicas. O [Wolfram Alpha](#) é um ferramenta de conhecimento computacional que, entre outras

coisas, permite que você cheque o clima em uma determinada data. Apenas digite uma frase - em inglês - do tipo “como estava o tempo em Caracas em 24 de setembro de 2013” para obter um resultado. Isso pode ser combinado com tweets ou dados obtidos de sites de meteorologia locais, assim como outros uploads do mesmo local e no mesmo dia, para fazer um cruzamento de informações meteorológicas.

4. Confirmando a localização

Apenas uma pequena porcentagem do conteúdo é automaticamente geolocalizada, mas plataformas de mapas – Google Maps, Google Earth, Wikimapia – permitem que você se posicione perto de onde a câmera estava. Este é um das primeiras checagens importantes para verificar vídeos e fotos, e é realmente incrível o que se pode descobrir.⁵ Geolocalizar uma foto é sempre mais difícil, sobretudo se a imagem é um pouco mais antiga e em locais como a Síria, onde são constante os danos por bombas ou morteiros, ou Long Island após a passagem do furacão Sandy.

Ativistas que estão cientes dos desafios da verificação muitas vezes fazem uma panorâmica antes ou depois de filmar. O objetivo é identificar uma construção que pode ser localizada em um mapa, às vezes uma torre alta, um minarete ou catedral, ou poste de sinalização. Em parte, isso é resultado das organizações de mídia, que pedem para que eles façam isso⁶, ou dos [próprios ativistas, que compartilham conselhos sobre as melhores práticas](#) ao fazer upload de conteúdo.

Verificação como processo

Infelizmente, as pessoas muitas vezes enxergam a verificação como uma simples ação sim/não: algo foi verificado ou não.

Na prática, como descrito acima e nos capítulos subsequentes, verificação é um processo. É relativamente raro que todas essas checagens forneçam respostas claras. É, antes de tudo, uma decisão editorial sobre usar ou não um conteúdo proveniente de uma testemunha.

Dois recentes estudos acadêmicos analisaram o conteúdo publicado pela BBC e pela Al Jazeera em árabe. Eles descobriram que, enquanto as verificações eram feitas pela equipe editorial, e consideradas absolutamente necessárias, os resultados dessas verificações raramente eram compartilhados com a audiência.

Como Juliette Harkin concluiu em [seu estudo](#), em 2012, “nem a BBC árabe nem a Al Jazeera árabe mencionaram explicitamente em nenhum de seus programas ou vídeos avaliados se as fontes foram verificadas ou se eram confiáveis. A explicação “esta filmagem não pode ser verificada”, comum no conteúdo colocado ao ar, esteve ausente em todo o conteúdo avaliado pelo estudo”.⁷

Há movimentações recentes para aumentar a transparência sobre as verificações feitas por jornalistas quando um conteúdo gerado por usuário é usado por uma organização de notícias. A AP e a BBC estão trabalhando para tornar seus processos de verificação mais claros; em agosto de 2013, a BBC [disse](#) que, desde [um estudo compreensivo sobre o uso de conteúdo gerado por usuário durante a Primavera Árabe](#), “a BBC adotou uma nova forma de redigir notícias sobre todos os vídeos gerados por usuário em que a verificação independente não foi possível”, fazendo com que sua audiência soubesse o que eles sabem.

É provável que, dentro de alguns anos, uma nova gramática de verificação venha à tona, com a audiência esperando saber o que é conhecido e o que não é conhecido sobre um conteúdo gerado por usuário retirado das mídias sociais. Com a audiência capaz de assistir à mesma filmagem que as organizações noticiosas e de outros que apuram conteúdo, este nível de transparência e responsabilidade é necessário.

Estudo de caso 3.1

Monitoramento e verificação durante as Eleições Parlamentares na Ucrânia



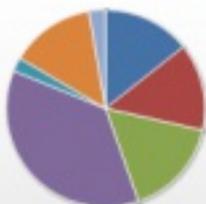
Anahi Ayala Iacucci é conselheira-sênior para inovação no [Internews Center for Innovation & Learning](#) e no Internews Humanitarian Media Project. Nos últimos quatro anos, ela trabalhou na aplicação de tecnologia e inovação em crises humanitárias, desenvolvimento de mídia, prevenção de conflitos e direitos humanos ao redor do mundo para organizações como Banco Mundial, ONU, NDI e Freedom House, entre outras. Ela mantém o blog [anahiayala.com](#) e o perfil [\[@anahi_ayala\]](https://twitter.com/anahi_ayala)(https://twitter.com/anahi_ayala) no Twitter.

Durante as eleições parlamentares ucranianas no outono de 2012, a [Internews Ukraine](#), uma ONG local mantida pela organização global sem fins lucrativos [Internews](#), conduziu um programa de monitoramento do pleito chamado Elect.UA. Para analisar a campanha eleitoral e possíveis violações ou adulterações de resultados, a iniciativa usou uma mistura de crowdsourcing, telefone celular, mídias sociais, monitoramento eleitoral profissional e monitoramento de mídia.

O projeto foi desenvolvido a partir uma estrutura consideravelmente complexa: 36 jornalistas ao redor do país cobriram a campanha eleitoral e o dia das eleições. Ao mesmo tempo, três diferentes organizações de monitoramento eleitoral tinham funcionários usando SMS, formulários online e e-mails. A Elect.UA também convidou ucranianos a compartilhar suas experiências nas eleições usando mídias sociais (Twitter e Facebook), tecnologias móveis (SMS e uma linha hotline), um app para smartphone, um formulário online ou e-mail.

194

Повідомлення про порушення


Останні повідомлення

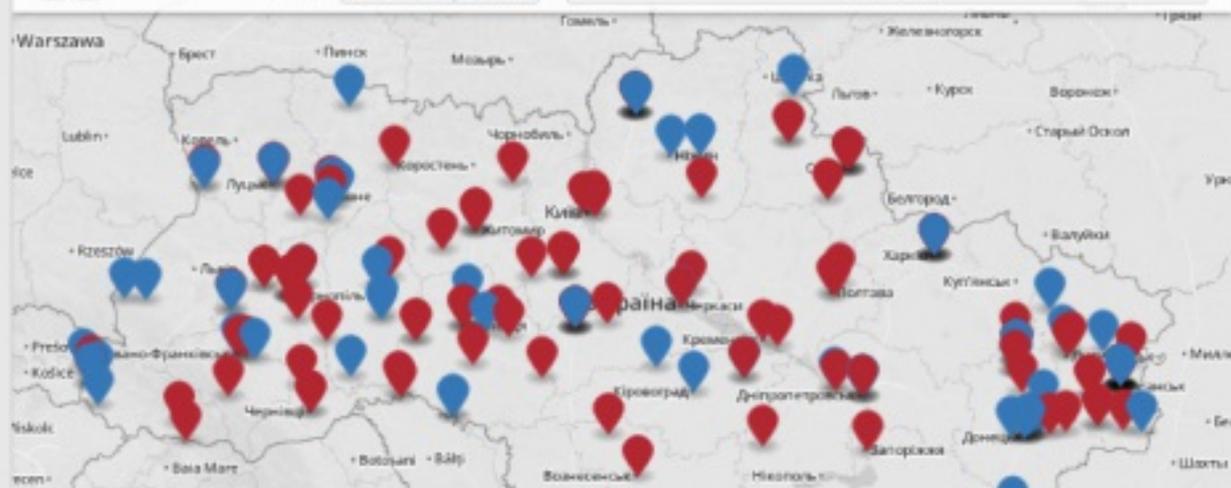
 Соціологічне дослідження, оприлюднене в афіційному ...
 На ВО 163 кандидат Михайло Ратушняк здійснив підкуп виб...
 Політична реклама на громадському транспорті в Зап...

Перейти до переліку звітів

Карта порушень

 Status: **підтверджені** отримані

Select a filter

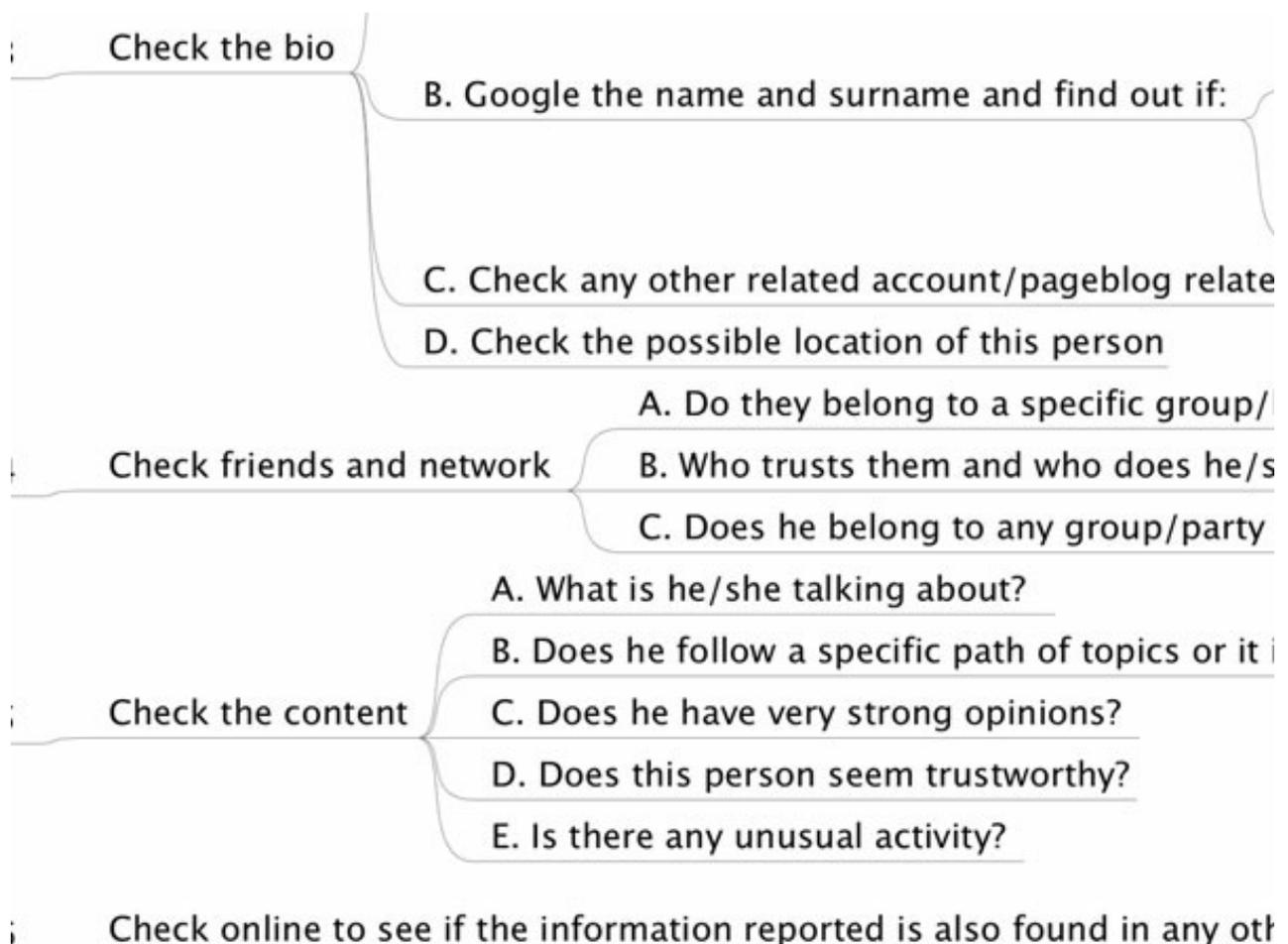


Todas as informações provenientes de jornalistas treinados pela Internews e de monitores eleitorais eram automaticamente tagueadas como verificadas, enquanto mensagens provenientes do público em geral eram examinadas por uma equipe de 16 pessoas em Kiev, capital da Ucrânia.

Para as mensagens que chegavam do público, a equipe responsável desenvolveu um protocolo de verificação baseado na fonte da informação: tecnologia móvel, mídias sociais, formulários online ou e-mail.

Para cada fonte, a equipe tentaria verificar quem enviou a informação (quando possível), o conteúdo da informação e o contexto. Para cada um desses elementos, a equipe tentaria estabelecer se algo poderia ser 100% verificado ou apenas parcialmente verificado.

Para informações provenientes de mídias sociais, a imagem abaixo mostra o modelo de árvore de decisões usada pela equipe do processo de verificação.



[Clique para ver o diagrama completo](#)

O primeiro passo era fazer uma pesquisa online das informações repassadas e de sua fonte, para assim identificar todos os possíveis rastros digitais daquela pessoa e daquele conteúdo. Por exemplo, nós examinamos perfis de redes sociais, citações na mídia, informações sobre a universidade, ligações etc. A busca tinha como objetivo determinar se a pessoa era uma fonte confiável e se havia rastros da informação fornecida em outros lugares na internet.

O segundo passo era usar as informações obtidas para construir um perfil da pessoa, assim como um perfil do conteúdo que elas forneciam. Para cada 5 Qs – quem, o que, quando, em que lugar e por quê – a equipe precisava cuidadosamente determinar o que podia ser provado e o que não podia.

Para material multimídia, o protocolo de verificação da fonte era o mesmo, mas nós tínhamos um caminho diferente para o conteúdo. Fotos e vídeos eram verificados buscando-se por qualquer ponto de referência identificável nas imagens e também pela análise do áudio (ouvindo a língua, dialetos, gírias, barulhos de fundo etc.), roupas e luz (artificial ou natural), entre outros elementos.

Quando uma informação não podia ser verificada com um suficiente grau de certeza, os dados eram enviados de volta para um monitor eleitoral ou repórter que estava na rua para verificação pessoal em tempo real.

Por exemplo, no dia 28 de setembro de 2012, a Elect.UA recebeu uma mensagem anônima, pelo site, de que o candidato ao parlamento Leonid Datsenko, após uma

discussão com um estranho, foi intimidado e forçado a se retirar das eleições.

No dia seguinte, os administradores da plataforma descobriram [uma matéria](#), em uma fonte confiável da imprensa, que registrou o caso. Nós mantivemos o fato em verificação e no dia 1 de outubro jornalistas locais [divulgaram, em uma conferência de imprensa, o incidente](#). Os jornalistas locais da Elect.UA também conduziram entrevistas com forças de segurança locais, que confirmaram a veracidade do caso.

De maneira geral, a equipe da Elect.UA verificou uma incrível quantidade de informação usando esses protocolos e também percebeu que quanto mais os administradores se tornavam familiarizados com o processo de verificação, mais rápido eles trabalhavam. Isso prova que a verificação do conteúdo gerado pelo usuário é uma habilidade que pode ser sistematizada e aprendida, resultando em resultados confiáveis e eficientes.

Capítulo 4

Verificando imagens



Trushar Barot é editor-assistente de mídias sociais e de conteúdo gerado por usuário na [BBC News](#). Ele tem trabalhado na mídia britânica nos últimos 15 anos, entre jornais, TV, rádio, online, social e digital. Nos últimos quatro anos, ajudou a desenvolver e implementar a estratégia de mídias sociais da BBC e sua “redação social” na nova sede no centro de Londres. Ele mantém o perfil [@trushar](#) no Twitter.

Uma imagem poderosa pode definir uma notícia.

Certamente foi o caso para a equipe do User Generated Content Hub da BBC News no começo de julho de 2005. Fazia uma semana que o time piloto havia se reunido para conferir o conteúdo enviado à BBC News pela audiência e também para ajudar a separar o melhor material para mostrar na TV, rádio e internet.

Então ocorreram os atentados de 7 de julho em Londres.

Naquela manhã, enquanto a BBC e outras mídias noticiavam uma oscilação de energia no metrô de Londres, o time de conteúdo gerado por usuário começou a notar diferentes histórias do que era enviado à BBC News pela própria audiência.

Foto: Alexander Chadwick

Essa foi uma das primeiras imagens que a equipe recebeu. Antes de ir ao ar, a foto foi examinada de perto e a pessoa que a enviou foi contactada para que sua história fosse verificada e para que ela detalhasse o que havia visto. Foi um dos primeiros exemplos de verificação de imagens enviadas por usuários, processo que, desde então, se tornou uma prática padrão no meio jornalístico.

Aquela imagem, e outras parecidas, mostraram o terror e o caos em Londres durante os momentos logo após os ataques. Como resultado, assegurou-se que o foco da história mudasse rapidamente. Foi o primeiro exemplo significativo de conteúdo gerado por usuário que forneceu uma ajuda essencial para a BBC contar melhor e de forma mais rápida e precisa uma história importante.

Hoje, a equipe de conteúdo gerado por usuário está no coração da redação da BBC. Seus 20 jornalistas trabalham com TV, rádio, online e plataformas de mídias sociais para produzir conteúdo cuja fonte direta é a audiência da BBC ou da internet.

Verificação é crucial para o sucesso do que essa equipe produz. A tecnologia avançou consideravelmente desde 2005, ocasionando crescimento exponencial do uso de redes sociais e do poder dos telefones celulares. Essas mudanças oferecem



grandes benefícios nos processos de apuração, particularmente em breaking news; e igualmente trazem grandes desafios.

Seja uma organização de reputação global como a BBC ou um profissional de ajuda humanitária trabalhando no local dos acontecimentos, a necessidade de ser rápido ao obter e disseminar imagens importantes deve ser equilibrada com a certeza de que tais imagens são críveis e genuínas. Também deve-se assegurar que o direito autoral (copyright) esteja protegido e que as devidas permissões foram solicitadas.

Desde aquele dia em 2005, a equipe de conteúdo gerado por usuário desenvolveu vários métodos para ajudar nesse processo. Enquanto a tecnologia continuará a mudar – assim como as ferramentas que nós usamos – os princípios básicos de verificação de imagens seguem os mesmos: 1. Estabelecer o autor/origem da imagem. 2. Corroborar a localização, data e hora aproximada que a imagem foi tirada. 3. Confirmar que a imagem é o que ela aparenta/sugere estar mostrando. 4. Obter permissão do autor/origem para usar a imagem.

Vamos observar esses pontos mais detalhadamente.

1. Estabelecer o autor/origem da imagem

O jeito óbvio – e geralmente mais eficaz – de fazer isso é entrar em contato com a pessoa que fez o upload e perguntar se foi ela quem realmente tirou a foto.

Chegar à pessoa que fez o upload por meio da conta da rede social ou endereço de e-mail usados para compartilhar a imagem é o primeiro passo, mas também é

importante tentar ter o máximo de certeza possível a respeito da identidade de quem fez o upload. Esses detalhes podem ajudar a determinar se a pessoa é de fato a fonte original da imagem.

Como mostrado no capítulo anterior, muitas vezes é possível que as pessoas tentem ser úteis republicando imagens que elas viram em outro lugar. Isso ocorre frequentemente com veículos de comunicação – imagens são enviadas por pessoas bem intencionadas para ajudar a contar uma notícia. Apenas perguntar a quem enviou se a imagem é dela pode poupar um bom tempo do processo de verificação.

Embora a procura pela a fonte de uma imagem comece com a pessoa que fez o upload, muitas vezes termina com uma pessoa diferente – aquela que realmente capturou a imagem.

Como foi dito em um capítulo anterior, um passo importante é usar um serviço como [Busca de Imagens Reversas do Google](#) ou [TinEye](#). Cole a URL da imagem ou uma cópia dela em ambos os serviços e eles vão escanear a internet para ver se há algo coincidente. Se muitos links para a mesma imagem aparecerem, clique em “visualizar outros tamanhos” (view other sizes) para investigar mais a fundo.

Geralmente, a imagem com a maior resolução/tamanho deve levar você à fonte original. No Google Imagens, a resolução de cada resultado é listada ao lado da própria imagem. Você pode, então, checar novamente a imagem que tem em mãos para ver se a fonte aparenta ser autêntica.

Em notícias urgentes, muitas vezes não haverá imagens de pessoas que você procura para ilustrar a matéria, sobretudo se o fato envolve pessoas comuns. De forma alternativa, você pode querer confirmar se aquela imagem que você tem de alguém é de fato dela e não de alguém com o mesmo nome.

Eu descobri que o Pipl.com é particularmente útil, pois permite que você cruze nomes, usernames/logins, endereços de e-mail, e números de telefone com os perfis online das pessoas. Para pesquisas internacionais, WebMii é um recurso que pode ajudar. LinkedIn também vem se mostrando uma boa maneira de verificar identidades, muitas vezes fornecendo pistas adicionais para rastreá-las, por meio de empresas/organizações que estão ou foram associadas.

2. Confirmar a localização, data e hora aproximada que a imagem foi tirada

Aqui estão dicas jornalísticas e técnicas úteis para se obter informações como data, localização e outros detalhes importantes. Um jeito fundamental de conseguir essas informações é quando você fala com o criador da imagem ou com a pessoa que fez o upload. Essas cinco questões resistem ao tempo:

- Quem são eles?
- Onde estão eles?
- Quando eles chegaram lá?
- O que eles viram (e o que a foto deles mostra)?
- Por que eles estão lá?

Destaco um aspecto importante: se a imagem é de um local perigoso, sempre cheque se a pessoa com a qual você está falando está em segurança para dar informações. Também esteja atento a questões referentes à identificação da fonte

através de detalhes que você divulga sobre ela ou suas imagens.

Da nossa experiência na BBC, pessoas que realmente estavam no local do fato vão dar respostas visuais, muitas vezes descrevendo detalhes no tempo presente do verbo: “eu estou no meio da rua X; eu posso ver e escutar Y”. Quando mais vaga for a resposta, mais atenção você deve ter sobre o que aquela fonte está dizendo para você.

Outra técnica útil é pedir para a pessoa enviar outra imagem tirada no mesmo momento. É raro que alguém tenha tirado apenas uma foto de uma situação valiosa jornalisticamente. Ter mais de uma imagem possibilita que você saiba mais sobre os eventos em questão.

Uma vez que você confirmou com a fonte como a imagem foi tirada, trabalhe para confirmar informações adicionais. Dois métodos primários podem ser usados para investigar os conteúdos da foto e triangulá-los com o que foi dito pela fonte.

Primeiro, cheque se a imagem possui metadados. Metadados, também conhecidos como dados EXIF em imagens digitais, refere-se às informações embutidas na imagem, diretamente no arquivo. Se a imagem é original, há uma boa chance de você obter informações sobre o modelo da câmera, o timestamp da imagem (seja cuidadoso, no entanto – se há um, ele pode estar com padrão de fábrica ou em outro fuso horário) e as dimensões da imagem original, entre outros detalhes. Você pode usar softwares como o Photoshop (vá em informações do arquivo) ou usar ferramentas gratuitas como Fotoforensics.com ou Findexif.com para gerar um relatório EXIF.

Faça o upload e o leitor EXIF vai retornar qualquer informação que a imagem contenha. Algumas das informações são úteis para aqueles que tenham um maior entendimento técnico sobre fotografia digital. Mas, para uma pessoa com conhecimentos médios, dados como a data que a foto foi originalmente tirada ou o tipo de câmera que fez a imagem, às vezes podem expor uma fonte que esteja mentindo.

Um aviso importante: a maioria das redes sociais que aceitam imagens, como Twitter, Facebook e Instagram, retira grande parte dos metadados originais, se não todos, quando é feito o upload em suas plataformas. O Flickr parece ser uma exceção a isso.

Em segundo lugar, cruze as referências da imagem com outras fontes. Desperte o investigador que há em você, examinando a imagem de perto. Muitas vezes haverá pistas que podem ajudar a verificar a localização e o momento em que ela foi tirada.

- Placas dos carros
- Condições meteorológicas
- Tipo de roupas
- Placas/anúncios
- Há uma loja ou construção identificável?
- Qual o tipo de terreno/ambiente do cenário?

3. Confirme se a imagem é aquilo que diz/sugere estar mostrando

Uma imagem pode ser autêntica, mas pode estar identificada de maneira imprecisa.

Por exemplo, durante o furacão Sandy, esta imagem se espalhou pelo Twitter e foi descrita como uma foto de três soldados que permaneceram de guarda no Túmulo do Soldado Desconhecido durante a tempestade:



A imagem estava correta, realmente mostrava soldados no Túmulo. [Mas havia sido feita um mês antes, não durante o Sandy](#). A foto foi postada na página do Facebook da Primeira Divisão do Exército do Leste.

Além de verificar a data, hora e localização aproximada da imagem, é também importante confirmar que a imagem é o que ela se propõe a ser. Uma imagem autêntica pode ser colocada em um falso contexto.

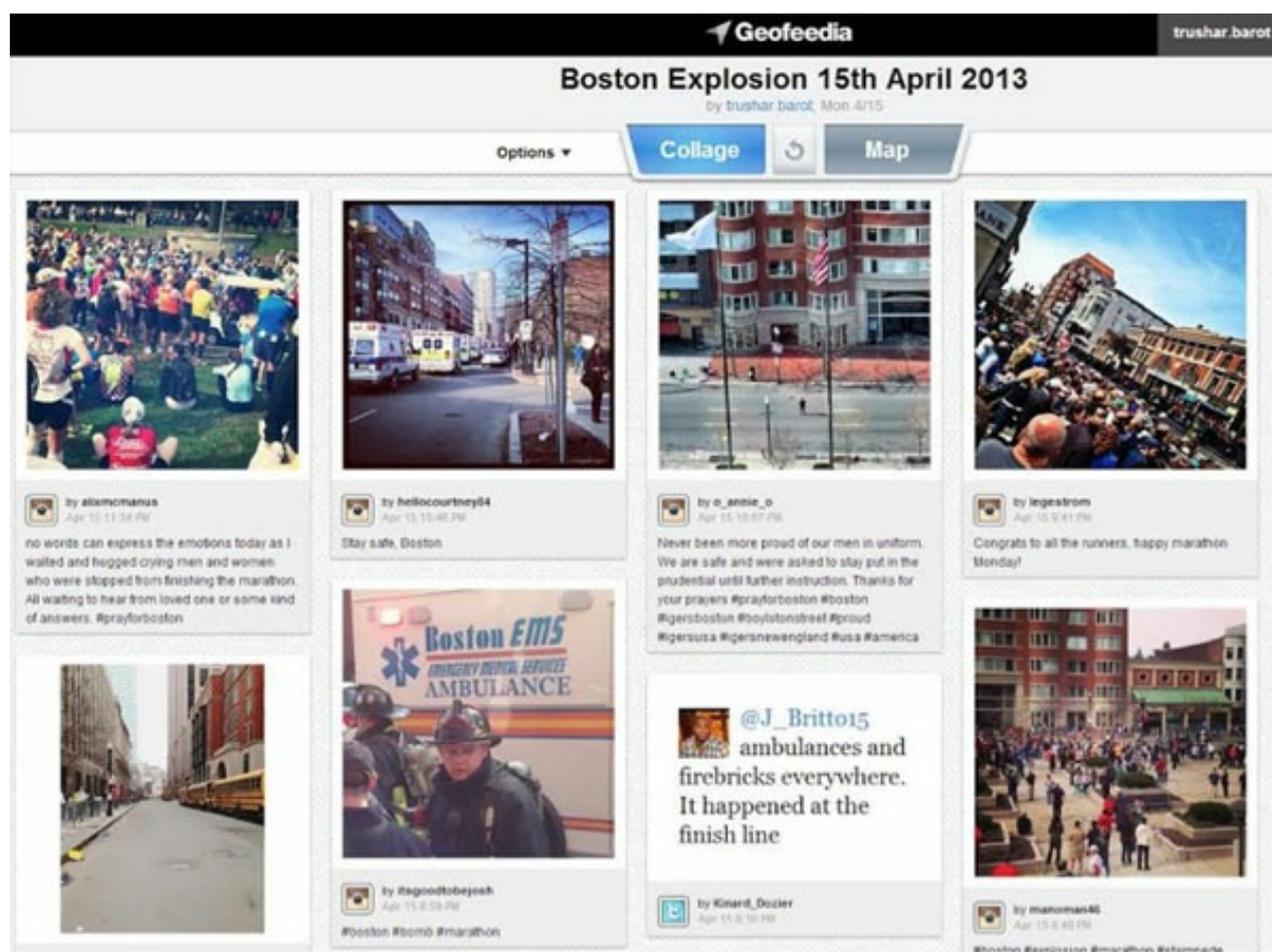
Use [Google Maps](#), [Bing Maps](#) ou [Wikimapia](#) para ajudar a verificar localidades. Atualmente, imagens de usuários estão sendo cada vez mais tagueadas nesses serviços e elas podem apontar caminhos interessantes, assim como diferentes ângulos de locais que você está investigando. Saiba mais como usar serviços de mapas para verificação no capítulo 5.

Use sites de meteorologia que podem fornecer boletins precisos das condições do tempo em datas diferentes e em localidades que você precisa para confirmar se o clima na imagem é o mesmo. Como visto no capítulo anterior, [Wolfram Alpha](#) é muito bom para buscar boletins meteorológicos em lugares e datas específicos.

Se há um letreiro (por exemplo, uma placa) em uma língua diferente na imagem, use o [Google Translate](#) para ver se você consegue outra pista da localização. A ferramenta de leitura de caracteres ópticos [free-ocr.com](#) também pode ser útil se

você quiser extrair texto de uma imagem – para depois passar para um tradutor online.

Serviços de localização em redes sociais como [Geofeedia](#) e [Ban.jo](#) também podem ajudar a saber o local de onde foi feito o upload da imagem. Esses serviços usam os dados de GPS dos aparelhos móveis que publicaram a foto. Embora eles atualmente capturem apenas uma porcentagem pequena do conteúdo publicado nas mídias sociais de uma determinada localidade, eles fornecem um filtro inicial útil. A imagem abaixo é um exemplo de algumas fotos capturadas pelo Geofeedia logo depois das explosões da maratona de Boston.



Além dessas ferramentas e técnicas, também é útil checar se imagens similares estão sendo distribuídas por organizações oficiais de notícias ou agências. Há muitas outras imagens daquela localidade sendo publicadas nas mídias sociais por outras pessoas? Se elas mostram uma cena similar por um ângulo diferente, isso pode ajudar a estabelecer a credibilidade da imagem.

Por fim, em uma grande história, é sempre válido dobrar os procedimentos de checagem se uma imagem que você está verificando aparecer no [Snopes](#), site especializado em derrubar lendas urbanas e desinformação na internet.

4. Obtenha permissão do autor/origem para o uso da imagem

Sempre é interessante pedir permissão para o detentor dos direitos autorais (copyright) das imagens. Além disso, leis de copyright de muitos países estão cada vez mais claras ao dizer que o uso de uma foto sem permissão do autor é passível de

processo legal.

Termos e condições em relação ao copyright do conteúdo publicado em sites de mídias sociais variam de serviço para serviço. Alguns, como o Flickr, mostram claramente junto da imagem se o fotógrafo possui todo o copyright ou se ele permite o uso por Creative Commons. É bom ler as [licenças Creative Commons](#) para saber a diferença entre elas.

Ao buscar permissão, é importante ter alguns detalhes em mente:

- Seja claro sobre qual imagem você quer usar.
- Explique como a imagem será usada.
- Deixe claro como o fotógrafo quer ser creditado (nome, username, etc. e tenha em mente que, em alguns casos, ele talvez deseje permanecer anônimo.

Mais importante, lembre que se você passar pelos processos acima e ainda estiver em dúvida – não use a imagem!

Estudo de caso 4.1

Verificando uma bizarra bola inflável durante uma tempestade



Philippa Law e Caroline Bannock lideram o GuardianWitness, a plataforma de jornalismo aberto do Guardian, por onde leitores compartilham vídeos, imagens e histórias. Bannock foi produtora-sênior de notícias e editora internacional para o Channel 4 News. Ela usa o perfil @carlanine no Twitter. Law foi produtora da rádio da BBC e tem Ph.D. em participação de audiência em mídias de línguas minoritárias. Ela mantém o perfil @philonski.



A força dos ventos e a chuva de uma tempestade causaram inundações e quedas de energia, no sul do Reino Unido, em outubro de 2013. Como isso afetou muita gente, para ampliar e enriquecer a cobertura do Guardian, pedimos aos nossos leitores que compartilhassem fotos, vídeos e histórias pela nossa plataforma de conteúdo gerado pelo usuário, o GuardianWitness.

Entre as contribuições que recebemos estava [uma foto bizarra](#) do que parecia ser uma bola inflável gigante e multicolorida (beach ball), com ao menos duas vezes o tamanho de um ônibus de dois andares, perdida no meio da Old Street, em Londres. Esta é daquelas imagens que imediatamente evocam a questão: “isso é muito bom para ser verdade?” Nós estávamos muito cientes de que poderia ser uma foto falsa.



Começamos a verificar a foto do usuário usando a busca de imagens reversas do Google e o serviço TinEye para verificar se aquela imagem não havia sido obtida de outro site. Usuários frequentemente tentam nos apresentar uma história enviando imagens que já foram publicadas em outros sites de notícias ou compartilhadas no Twitter e Facebook. Por isso, uma busca de imagens reversas é sempre a primeira checagem que nós fazemos.

No caso do inflável galopante (como estávamos chamando a bola multicolorida), o Google não retornou nenhum registro – o que sugere que a foto ou era original ou havia sido obtida de outras organizações de notícias muito recentemente. Conteúdo bom é publicado muito rápido!

A nossa ferramenta mais importante de verificação é conversar diretamente com o usuário. Cada pessoa que contribui com o GuardianWitness precisa fornecer um endereço de email, embora não haja garantias de que seja o correto. Então, tentamos fazer contato. Nesse meio tempo, seguimos com o nosso processo de verificação.

Geralmente, tentamos verificar a foto comparando-a com imagens do Google Street View, mas como nosso time conhece a área da Old Street, nós reconhecemos o que a foto mostrava e confiamos que a foto havia sido tirada lá. Embora tivéssemos conhecimento da área, não lembrávamos de termos visto uma bola gigante – então, pesquisamos para tentar encontrar evidências anteriores. Descobrimos que ela estava presa no topo de um prédio próximo. Isso significava que a imagem parecia um pouco menos falsa do que inicialmente aparentava.

Fomos ao Twitter procurar por posts que faziam referência à bola naquela manhã e conseguimos confirmar que outras pessoas viram o mesmo objeto mais ou menos na mesma hora que o usuário disse ter tirado a foto. Nossa busca no Twitter revelou uma foto tirada mais tarde, de outro usuário, com a bola já murcha.

Finalmente, o usuário entrou em contato conosco e, conversando pelo telefone, conseguimos confirmar que ele havia de fato tirado a foto.

Seguindo todos esses passos para verificar a imagem, ficamos contentes em segurar a história para verificação antes de publicá-la. A estranha imagem de uma bola inflável em fuga durante a chuva intensa foi publicada no blog do Guardian e amplamente compartilhada nas redes sociais.

Estudo de caso 4.2

Verificando dois “tubarões de rua” suspeitos durante o furacão Sandy



Tom Phillips é redator-sênior no [BuzzFeed UK](#). Ele já trabalhou para o jornal britânico [Metro](#), foi editor de internacional no [MSN](#) e mais recentemente ajudou a lançar o [UsVsTh3m](#), uma startup experimental e focada no social da Trinity Mirror, uma das maiores editoras do Reino Unido. Em seu tempo livre, entre outras coisas, ele atualiza o [Is Twitter Wrong?](#), uma tentativa ocasional de sucesso em verificar em tempo real imagens e tweets virais. Ele mantém o perfil [@flashboy](#).

Quando o furacão Sandy atingiu Nova York e Nova Jersey, eu mantinha um blog chamado “Is Twitter Wrong?”, uma iniciativa experimental de verificação de imagens virais.

Quando um grande desastre natural atinge uma área densamente povoada e com muitos usuários de mídias sociais – e empresas de mídia – um resultado é um número enorme de imagens para filtrar. De uma hora para outra, separar as coisas boas das ruins vai para o topo da agenda editorial.

Um caso particular que se tornou viral foi o de duas imagens de tubarões que supostamente estavam nadando em uma rua inundada de Nova Jersey. Conversei com Alexis Madrigal, da Atlantic, para tentar verificar essas imagens.

Um aspecto das imagens, mostradas abaixo, é que elas eram estranhas o suficiente para fazer você suspeitar, mas não implausíveis o suficiente para deixá-las de lado. No fim das contas, elas se mostraram bem difíceis de definitivamente desacreditar.



Imagens pré-existentis erroneamente atribuídas a determinado fato (talvez a forma mais comum de “fake”) podem, com frequência, ser descobertas em poucos segundos com uma pesquisa de imagens reversas. E, muitas vezes, imagens de fatos importantes podem ser ao menos parcialmente verificadas quando se acha outras imagens do mesmo evento, mas de outras fontes.

Mas nada disso vai funcionar para uma imagem que pode ser tanto uma foto original quanto um boato original. Minha experiência é que uma verificação de imagens que não pode ser feita em poucos minutos, tenderá a levar bastante tempo.

No fim das contas, às vezes, para verificar imagens não há substituto para o trabalho braçal que consome um bom tempo: mapear o caminho da foto nas mídias sociais para achar a original; “caminhar” nas ruas do Google Street View para identificar a localização aproximada; e/ou navegar pelas páginas de resultados de uma busca no Google Imagens por uma palavra-chave em particular, procurando por possíveis fontes.

Neste caso, a pesquisa no Google Imagens resolveu a questão. Conseguimos achar a imagem exata de uma barbatana de tubarão que foi manipulada digitalmente (“photoshopada”) em uma das imagens.

Mesmo assim, não conseguimos provar que a outra imagem era definitivamente falsa. Foi usado um tubarão diferente.

Nossas tentativas de achar a origem de ambos os tubarões parou nas pessoas dando declarações vagas de que a imagem era “do Facebook”. Nós até achamos a



postagem original no Facebook por meio de [um tweet que nos direcionou](#) a um site de notícias que dava crédito à fonte. Tanto a notícia quanto os posts do Facebook foram retirados da web. Isso também não ajudou muito, já que as outras fotos da página do usuário eram de imagens reais das enchentes no mesmo lugar, Brigantine, Nova Jersey. Além disso, ele insistiu ao responder a seus amigos que as fotos dos tubarões eram reais. (Em retrospecto, ele parecia querer mais aparecer entre seus amigos do que alardear uma imagem falsa por toda a internet.)

O fato de ele dizer que uma imagem indiscutivelmente fake era real foi o suficiente para colocarmos a outra imagem na categoria “quase certamente falsa”. Mas ainda não tínhamos certeza. Somente no dia seguinte, quando o site de verificação de fatos [Snopes identificou a fonte da imagem](#), que nós conseguimos ter 100% de certeza. Esta foi a imagem de tubarão real usada para criar o fake.

Aquilo talvez seja a maior lição do Sandy: principalmente em situações que ocorrem rapidamente, a verificação muitas vezes tem menos a ver com ter certeza absoluta e mais com julgar o nível de plausibilidade aceitável. Esteja aberto às suas próprias incertezas, mostre o seu trabalho para outros e deixe claro para o leitor que você está estimando o erro quando publica uma imagem.

[Fotos: Scott the Hobo](#)





Capítulo 5

Verificando vídeos



Malachy Browne é editor da [Storyful](#), a primeira agência de notícias da era das redes sociais. Sediada em Dublin e com equipes na Ásia e nos Estados Unidos, Storyful ajuda seus clientes a descobrir, verificar e distribuir os mais valiosos conteúdos gerados por usuários através de mídias sociais. Antes de Storyful, Browne criou e editou o [Politico.ie](#), um site irlandês de política e arquivo de notícias. Ele trabalhou para a revista de política irlandesa Village entre 2006 e 2008, além de ter sido editor do site da revista, Village.ie. Tendo trabalhado anteriormente como programador, Browne acredita firmemente em inovações nas redações e na capacidade da tecnologia para fortalecer o jornalismo. Ele é natural da cidade de Broadford, no Condado de Limerick, e vive em Dublin. Seu Twitter é @[malachybrowne](#).

A convergência entre smartphones e câmeras a preços acessíveis, internet onipresente e mídias sociais é, em grande parte, responsável pela explosão na cobertura de notícias a partir de contribuições dos cidadãos. Um subproduto disso é a enorme quantidade de vídeos sendo carregados e compartilhados a cada minuto.

A revolução na tecnologia da informação não acabou e o volume de conteúdo gerado pelos usuários, com valor noticioso, só vai crescer. Os jornalistas têm uma nova responsabilidade: reunir, verificar e determinar os direitos de uso desses conteúdos rapidamente. Os valores tradicionais de investigação continuam válidos, mas um novo conjunto de habilidades é necessário para lidar com mídias como vídeos.

Inicialmente, verificar vídeos de uma fonte desconhecida em redes sociais pode parecer intimidador, mas não é nada de outro mundo.

Você precisa de três coisas para completar a tarefa: determinação para investigar os bastidores do conteúdo, um nível saudável de ceticismo e familiaridade com a infinidade de ferramentas gratuitas que podem ajudar a determinar fatos sobre um vídeo. Este capítulo vai ajudar a prepará-lo com todas as três.

Um primeiro aspecto a entender, sobre a verificação de vídeos gerados pelos usuários, é que eles se espalham pelas mídias sociais de um jeito tal que a versão que você vê provavelmente não é a original. Vídeos podem ser cortados, emendados e republicados com um contexto diferente. Aspectos importantes do vídeo original podem desaparecer. O seu trabalho é identificar os fatos que confirmam ou negam aquilo que esse vídeo pretende mostrar.

Como em qualquer notícia, comece com as perguntas básicas: quem, o quê, quando, onde e por quê. Neste contexto, os metadados associados a um vídeo podem ajudar a responder a algumas dessas perguntas, fornecendo detalhes sobre a fonte original, data e local da gravação.

Uma regra, no entanto, é que uma única prova é insuficiente para verificar um vídeo; geralmente, uma série de pistas precisa ser coletada para que você consiga

informações completas. Prepare-se para aquela descarga de adrenalina quando o quebra-cabeça for montado.

Aqui temos um guia passo-a-passo para verificar vídeos de mídias sociais.

Proveniência

Identificar a origem do vídeo é o primeiro passo. Às vezes, é óbvio que ele pertence à conta do Facebook ou YouTube onde você o descobriu. No entanto, como detalhado no Capítulo 3, você deve sempre partir do pressuposto de que um vídeo foi remendado ou duplicado.

A maioria dos vídeos vem com uma descrição, palavra-chave (tag), comentário ou algum tipo de texto que ajude a identificá-los. Extraia palavras-chave úteis a partir dessas informações para começar sua busca. Siglas e nomes de lugares, por exemplo, são boas palavras-chave. Se a descrição estiver escrita em uma língua estrangeira, cole o texto no Google Tradutor para destacar essas palavras.

Procure os primeiros vídeos que correspondem a essas palavras-chave usando o filtro de data para ordenar os resultados. No YouTube, olhe diretamente abaixo da barra de busca do menu Filters (Filtros) e selecione Upload Date (Data de Upload), como na imagem abaixo. Vimeo, Youku e outras plataformas de vídeo têm filtros semelhantes. Percorra os resultados e compare miniaturas de vídeo (thumbnails) para encontrar a versão mais antiga - as miniaturas de vídeos originais e as modificadas costumam corresponder umas com as outras.

You Tube^{BE}

Filters ▾ About 668 r

Upload Date	Result Type	Duration	Features	Sort by
Last hour	Video	Short (~4 minutes)	HD (high definition)	Relevance
Today	Channel	Long (20~ minutes)	CC (closed caption)	Upload date
This week	Playlist		Creative commons	View count
This month	Film		3D	Rating
This year	Show		Live	
			Purchased	

 **Actual collapse of church belfry**
by **ABSCBN News** • 3 months ago • 759,880 views
Watch the **belfry** of the Sto. **Nino** Church in Cebu City collapse when the magnitude 7.2 earthquake struck on Tuesday. Shot by ...
HD

 **Actual collapse of church belfry**
by **NewsUpdateNow** • 3 months ago • 401 views

Outro método para encontrar a versão mais antiga de um vídeo é realizar uma pesquisa de imagens da miniatura do vídeo (thumbnail) usando o Google Imagens ou o TinEye, como explicado no capítulo anterior. Isso pode identificar a primeira versão de vídeos e imagens. A utilidade dessas ferramentas depende da qualidade da imagem; um forte contraste no vídeo e um esquema de cores diferente também ajudam.

Depois de encontrar a origem do vídeo, entre em contato com a fonte para iniciar a próxima etapa.

Verifique a fonte

É hora de examinar a origem do vídeo da mesma forma que você encararia qualquer fonte mais tradicional de informações. Na verdade, muitas vezes há muito mais informação disponível sobre uma fonte online do que sobre uma fonte tradicional que telefona para fazer uma denúncia, por exemplo.

Perfis online deixam uma "pegada digital" que nos permite examinar o histórico e as atividades da pessoa. A maioria das plataformas nos permite entrar em contato com os usuários responsáveis pela publicação de um conteúdo, o que é um passo essencial. Procuramos conversar com ele, fazer perguntas e assegurar-nos de que foi ele mesmo que gravou as imagens.

Estas perguntas são úteis ao examinar a "pegada digital" de um usuário que enviou conteúdos online:

- Estamos familiarizados com esta conta? O conteúdo do titular da conta mostrou-se confiável no passado?
- Onde a conta está registrada?
- Onde ele vive, de acordo com o histórico da conta?
- As descrições dos vídeos são consistentes e a maioria vem de um local específico? Os vídeos têm data?
- Caso os vídeos dessa conta usem um logotipo, ele é consistente em todos os vídeos? Está de acordo com o avatar da conta do YouTube ou Vimeo?
- O autor costuma remendar/modificar vídeos de empresas de notícias e outras contas do YouTube, ou faz apenas upload de conteúdo próprio?
- O usuário escreve usando gírias ou dialetos identificáveis na narração do vídeo?
- Os vídeos nessa conta têm uma qualidade consistente? (No YouTube, clique em Settings (Configurações) e depois em Quality (Qualidade) para determinar a melhor qualidade disponível).
- As descrições dos vídeos têm extensões de arquivo como .AVI ou .MP4 no título? Isso pode indicar que o vídeo foi carregado diretamente de um dispositivo.
- A descrição de um vídeo do YouTube diz: "arquivo enviado via Captura do YouTube"? Isso pode indicar que ele foi filmado com um smartphone.

Reunir as respostas a estas perguntas ajuda a criar um perfil da fonte, incluindo seu histórico online e o tipo de conteúdo que ela compartilha. A partir daí, é importante tentar conectar a atividade dessa conta a qualquer outra conta online que a fonte mantém. Abaixo citamos algumas ações/perguntas para orientar esse processo.

- Procure no Twitter ou Facebook o código único do vídeo (unique video code) -

existem contas afiliadas? Cada conteúdo gerado pelo usuário é identificado por um código único que aparece na URL. No YouTube e Facebook, por exemplo, o código é colocado entre "v=" e o próximo "&" na URL.)

- Existem outras contas - Google Plus, um blog ou site - listadas no perfil ou associadas de alguma outra forma a este upload?
- Que informações presentes nas contas associadas indicam localização recente, atividade, confiabilidade ou parcialidade do titular da conta?
- Há quanto tempo essas contas estão ativas? Quão ativas elas são?
- A quem as contas de mídia sociais estão conectadas e o que isso nos diz sobre essa pessoa?
- Podemos encontrar informações whois para um site afiliado?
- A pessoa está listada em listas telefônicas locais ou catálogos de contatos como Spokeo, Pipl.com, WebMii ou no LinkedIn?
- Os círculos sociais online da fonte indicam proximidade com a história/local?

Fazer essas perguntas e respondê-las nos dá uma noção da fiabilidade de uma fonte de conteúdo, além de fornecer um meio de contato com o usuário para fazer mais perguntas e buscar orientações sobre como o vídeo pode ser utilizado por veículos de comunicação.

Ao falar com a fonte, não se esqueça de perguntar sobre algumas das informações com as quais você se deparou. Será que as respostas se confirmam? Se a fonte não for honesta com você sobre a informação, então você deve ficar bastante desconfiado em relação ao conteúdo.

Localize o vídeo

Com a fonte identificada e examinada, é hora de tentar verificar o conteúdo do vídeo em si. O primeiro passo é confirmar ou determinar a localização do vídeo.

Verificar onde um vídeo foi filmado depende muito das pistas que ele apresenta. Uma paisagem característica, edifícios, igrejas, árvores, montanhas, minaretes e pontes são todos pontos de referência que podem ser comparados com imagens de satélite e fotografias geolocalizadas. Se a câmera mostra o nome de uma empresa, ela pode estar listada em classificados online ou locais. Uma placa de rua pode dar pistas sobre a localização precisa. Placas de carro ou outdoors de publicidade podem indicar a cidade ou Estado. A luz solar, sombras e a hora aproximada do acontecimento também podem ser úteis. E se o vídeo contém diálogos, observe se os sotaques ou dialetos correspondem às circunstâncias que ele representa.

O ponto de partida, mais uma vez, é examinar qualquer texto que acompanha o vídeo e qualquer pistas nas imagens. Concentre-se no local usando o Google Maps e tente mapear a localização do vídeo. Se possível, aplique zoom no Street View para obter o ângulo da câmera. Se o Street View não estiver disponível, escolha a opção "Fotos" no Google Maps e verifique se as fotografias geolocalizadas coincidem com o local do vídeo. Fotos geolocalizadas também podem ser pesquisadas usando os recursos de pesquisa avançada no Flickr, Picasa e Twitter.

Se o vídeo for em língua estrangeira, digite o texto no Google Translate e identifique o nome do lugar, mas esteja ciente de que o Google Translate muitas vezes comete erros de tradução. No caso de nomes árabes, por exemplo, o ideal é colocá-los no Google Maps em árabe, em vez de traduzi-los. A imagem abaixo mostra buscas no Google Translate e no Google Maps.

From: Arabic To: English Translate

Detect language

دمشق برزة لحظة تساقط القذائف على منازل المدنيين في الحي 25 9 2013 ج 2

Click to edit and see alternate translations

Damascus Barzeh moment of shells falling 2013 c 2

Google

برزة, Damascus, Damascus Governorate, Syria

Get directions My places

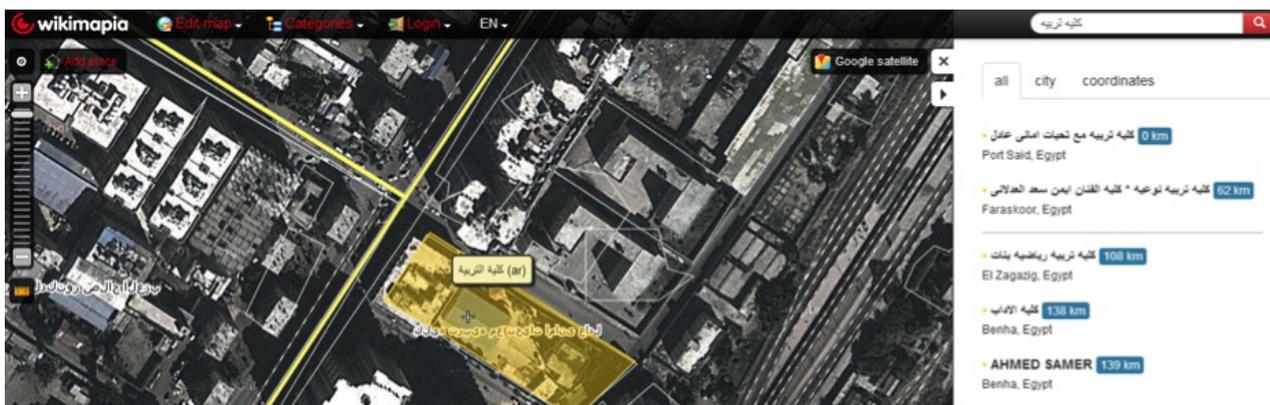
A Barzeh
Damascus, Syria

Directions Search nearby Save to map more

Ao traduzir, use as competências linguísticas dos seus colegas e contatos. Traduzir caracteres japoneses para coreano ou mandarim produz uma tradução mais precisa do que de japonês para português ou inglês. Então, se você conhecer alguém que fala coreano ou mandarim, peça a ele para analisar as traduções para você.

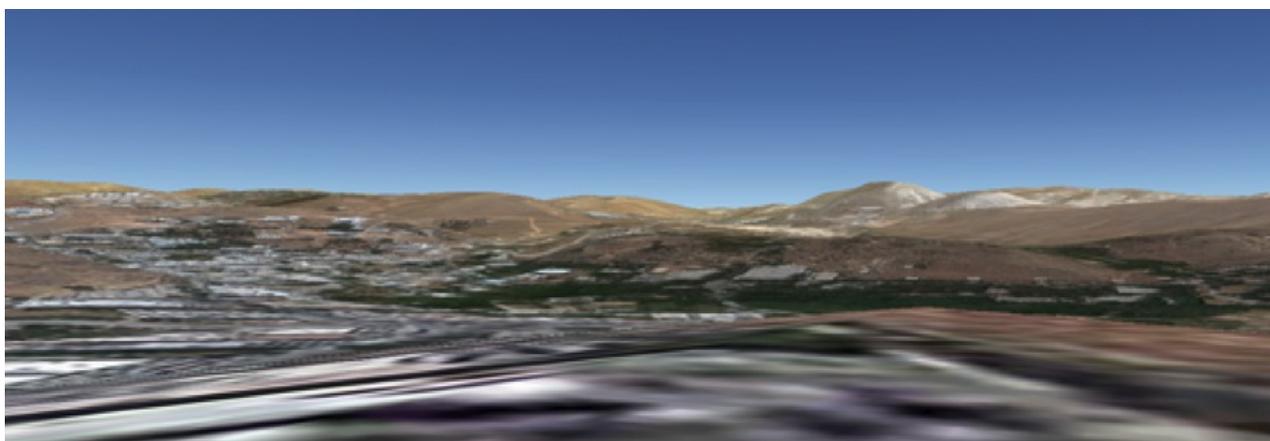
O Wikimapia é uma versão do Google Maps produzida através de crowdsourcing, na qual os edifícios, bairros, terrenos militares e outros pontos de interesse são esboçados e descritos. Isso é útil para obter o contexto de uma área e identificar os locais, embora esta informação deva ser corroborada por outras, já que é possível encontrar erros ou informações deliberadamente enganosas.

Um exemplo de como o Wikimapia pode ser útil é o caso de um dia de "desobediência civil" em Port Said, no Egito, em fevereiro de 2013. Manifestantes foram [filmados marchando](#) junto à Faculdade de Educação da Universidade de Port Said, de acordo com um usuário do YouTube. A paisagem urbana era difícil de identificar no Google Maps no meio das ruas cheias de Port Said. No entanto, a Faculdade de Educação (كلية التربية) está marcada no Wikimapia; ao encontrar e examinar esse ponto de referência foi possível confirmar o local da demonstração, como mostrado abaixo.



O Google Earth é outra ferramenta útil, na medida em que fornece um histórico de imagens de satélite. É útil quando se examina vídeos mais antigos, onde o terreno pode ter mudado.

Esse recurso do Google Earth também é importante quando se examina o terreno e as dimensões relativas dos edifícios. Recentemente, quando a equipe da Storyful estava considerando um vídeo como prova de um suposto ataque israelense sobre a Síria, a visão de montanhas ao norte de Damasco pelo do Google Earth ajudou a verificar a localização de um usuário do YouTube, como você pode ver na comparação abaixo.



Verifique a data

Confirmar a data de vídeos enviados a partir de um evento planejado, como uma manifestação ou comício político, geralmente é simples. É provável que existam outros vídeos do mesmo evento devido a reportagens. Imagens que corroboram o fato geralmente são compartilhadas no Twitter, Facebook, Instagram e outras redes sociais. Pesquisar nessas plataformas com palavras-chave e hashtags relevantes geralmente é suficiente para descobrir pistas como edifícios ou mobiliário urbano característicos, cartazes ou condições meteorológicas.

No entanto, para vídeos mais obscuros, a data geralmente é a parte mais difícil de verificar. Vídeos do YouTube ficam registrados no Horário Padrão do Pacífico (PST) desde o momento em que o upload começa. Isso levou o Ministério das Relações Exteriores da Rússia [a duvidar](#) de vídeos que mostravam um ataque com armas químicas em Ghouta, perto de Damasco. Os vídeos foram enviados nas primeiras horas de 21 de agosto, e, portanto, foram datados no YouTube como 20 de agosto. A ignorância em relação a esse fato levou o Ministério das Relações Exteriores e outros a afirmar que os vídeos haviam sido encenados e enviados antes do horário em que aconteceu o ataque.

Boletins meteorológicos são, por si só, insuficientes para verificar datas, mas ajudam. Como descrito anteriormente, o Wolfram Alpha fornece informações meteorológicas sobre um lugar em uma determinada data. Depois de Rita Krill enviar o que pretendia ser [um vídeo incrível](#) de um raio em seu quintal na Flórida, em 5 de outubro de 2012, a Wolfram Alpha mostrou que as tempestades estavam ativas na área. E uma busca no Twitter pela cidade de Naples, na Flórida, naquela data, mostrou um meteorologista local pedindo a seus seguidores para enviar imagens de nuvens carregadas. Abaixo estão uma imagem da busca com o Wolfram Alpha e uma do tweet.

Enter what you want to calculate or know about:

Weather, Naples Florida on October 5



Examples Random

Input interpretation:

weather	Naples, United States
	Friday, October 5, 2012

Recorded weather for Naples, United States:

Show metric More

time range	day of Friday, October 5, 2012
temperature	(72 to 89) °F (average: 79 °F)
conditions	rain, thunderstorm, fog, overcast, cloudy, partly cloudy
relative humidity	(65 to 100)% (average: 91%)



John Patrick

@jpweather

Follow

Tweet your weather pics #SWFL!
Storm clouds, rainbows, downpours,
etc. let's see what's happening near
you! #FortMyers #CapeCoral #Naples

11:22 PM - 5 Oct 2012

Checagens finais: o que aparece no vídeo?

Agora é hora de trazer todos os seus dados e fazer as perguntas óbvias: o vídeo faz sentido, dado o contexto em que foi filmado? Alguma coisa nele mexe com meu

instinto jornalístico? Alguma coisa parece estar fora do lugar? Há indícios de ilegitimidade? Algum dos detalhes da fonte ou respostas para as minhas perguntas não encaixam? Lembre-se de partir do pressuposto de que o vídeo é falso. As provas confirmam ou refutam essa suposição?

Quando se trata de vídeos, tenha em mente que fraudes elaboradas já foram e continuam a ser usadas. Um exemplo infame é o vídeo falso produzido por estudantes canadenses mostrando [uma águia voando baixo em um parque em Montreal e carregando um bebê](#). Isso foi desmascarado ao dividir o vídeo em quadros individuais e observar que a sombra da água estava faltando em alguns quadros. Pessoas mais técnicas podem usar softwares de edição de vídeo como o [VLC media player](#) ou o [Avidemux video editor](#), que são gratuitos, ou ainda o [Vegas Pro](#), que é pago, para dividir um vídeo em seus quadros constituintes quando houver dúvidas sobre a sua construção.

Estudo de caso 5.1

Verificando um vídeo crucial do atentado de Boston



Malachy Browne é editor da [Storyful](#), a primeira agência de notícias da era das redes sociais. Sediada em Dublin e com equipes na Ásia e nos Estados Unidos, Storyful ajuda seus clientes a descobrir, verificar e distribuir os mais valiosos conteúdos gerados por usuários através de mídias sociais. Antes de Storyful, Browne criou e editou o [Politico.ie](#), um site irlandês de política e arquivo de notícias. Ele trabalhou para a revista de política irlandesa Village entre 2006 e 2008, além de ter sido editor do site da revista, Village.ie. Tendo trabalhado anteriormente como programador, Browne acredita firmemente

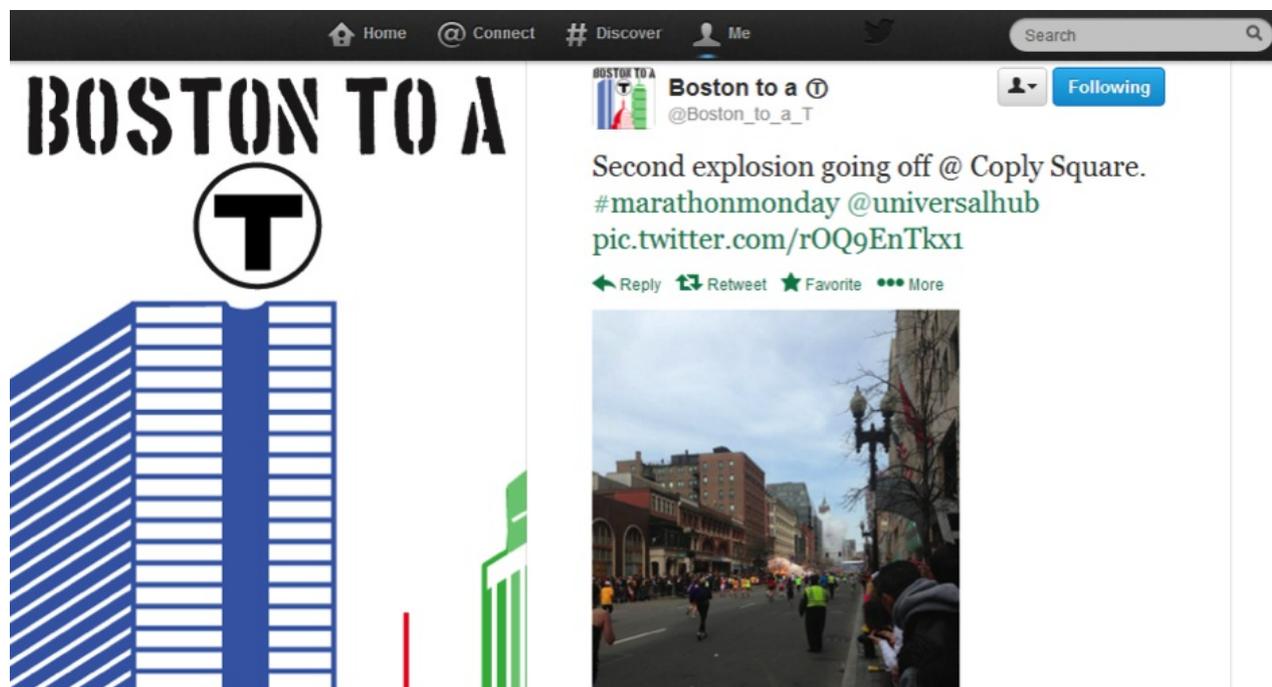
em inovações nas redações e na capacidade da tecnologia para fortalecer o jornalismo. Ele é natural da cidade de Broadford, no Condado de Limerick, e vive em Dublin. Seu Twitter é @[malachybrowne](#).



Um dos [vídeos icônicos](#) do trágico atentado na Maratona de Boston, em 2013, foi filmado por uma atleta correndo seu último quilômetro da maratona. Enquanto ela se aproximava da linha de chegada na rua Boylston, a segunda bomba foi detonada poucos metros à frente. Era um vídeo convincente, mas precisávamos verificá-lo.

Uma foto mostrando o momento da explosão foi publicada pelo jornalista Dan

Boston Lampariello (abaixo), membro de uma das nossas listas de Twitter pré-verificadas e familiar com o Storyful. O tweet de Lampariello foi geolocalizado para a rua Boylston; essa informação, que veio de uma fonte confiável, ajudou a confirmar o local da explosão e também nos deu um ponto de referência para usar com o que foi mostrado no vídeo da atleta.



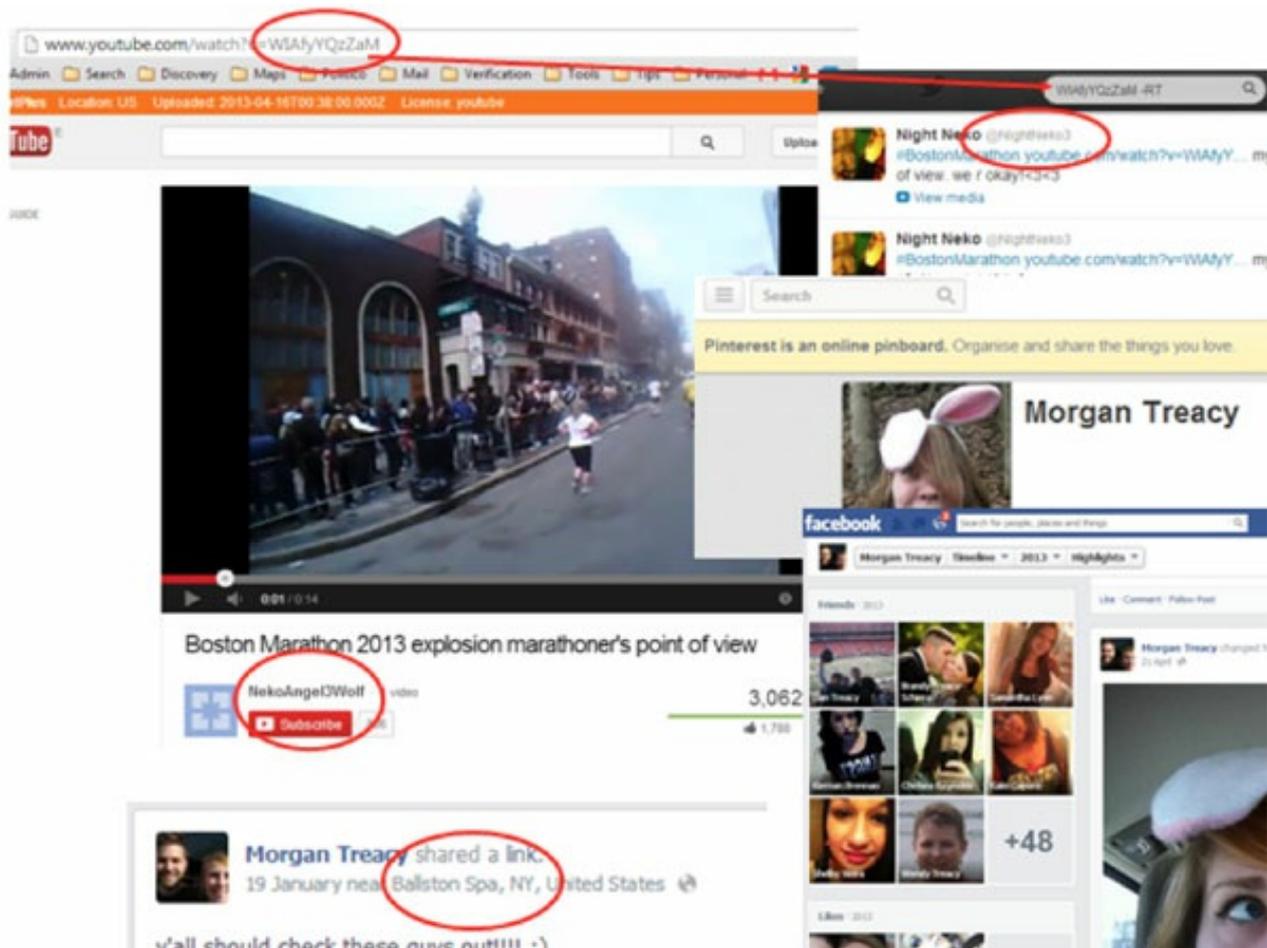
As imagens do Google Street View da rua Boylston (abaixo) confirmaram tanto a foto de Dan Lampariello quanto o ponto de vista da atleta conforme ela se aproximava da linha de chegada. De fato, observando com atenção verifica-se que alguns dos atletas filmados no vídeo são vistos na foto de Lampariello.



Esse processo confirmou o conteúdo do vídeo. Encontrar sua fonte original, por outro lado, foi mais complicado.

O vídeo foi carregado para uma conta do YouTube sem detalhes de identificação e com um nome de usuário obscuro, NekoAngel3Wolf. Uma busca no Twitter pelo código único do vídeo nos levou a um usuário que o estava compartilhando sob a alcunha de NightNeko3, mais uma vez sem dados pessoais. A referência "Neko" em ambos os perfis sugeriu que havia uma ligação entre eles.

Procurando perfis semelhantes em redes sociais, encontramos uma conta do Pinterest também registrada como NightNeko3, na qual constava o nome verdadeiro Morgan Treacy. Nossa equipe na Storyful localizou rapidamente a conta do Facebook de Morgan Treacy, uma adolescente cujas publicações vinham, de acordo com a geolocalização, de Ballston Spa, no Estado de Nova Iorque.



Morgan descreveu o vídeo no Twitter com a perspectiva da explosão vista pela sua mãe. Sabendo que uma maratona de prestígio como a de Boston provavelmente registraria o tempo dos atletas, verificamos o sobrenome "Treacy" na página de registro da Boston Athletic Association. Um só resultado foi encontrado: Jennifer Treacy, de 45 a 49 anos, do Estado de Nova York. Os registros sobre o tempo de Jennifer Treacy mostravam que ela ultrapassou a marca de 40 km às 14h38, mas não cruzou a linha de chegada dois quilômetros depois. Jennifer estava correndo a uma média de 10 minutos por milha, então teria estado próxima à explosão às 14h50, quando as bombas explodiram.



2013 BOSTON MARATHON

John Hancock

Home

Entrants

Athlete Tracking

Race Results

Race Coverage

person details

participant

Name	Treacy, Jennifer (USA)
age group	Female 45-49
bib number	19367
Age	46
State	NY

totals

place (M/W)	
place (ag)	
place (total)	
time total (net)	
time total (oun)	

splits

Split	time of day	time
5K	11:08:40AM	00:27:52
10K	11:37:43AM	00:56:56
15K	12:05:56PM	01:25:09
20K	12:34:49PM	01:54:02
HALF	12:41:09PM	02:00:22
25K	01:03:56PM	02:23:08
30K	01:34:48PM	02:54:00
35K	02:06:18PM	03:25:31
40K	02:37:55PM	03:57:08
Finish Net	-	-

O site de busca de pessoas Spokeo.com nos deu um resultado para o nome Jennifer L. Treacy, 47, com um endereço em Ballston Spa, Nova Iorque. No LinkedIn, encontramos um perfil de Jennifer Treacy de Ballston Spa, funcionária do Departamento de Saúde do Estado de Nova York.

Uma última pista confirmou nossa investigação. Um homem chamado Gerard Quinn era amigo no Facebook de Morgan Treacy, que agora tínhamos quase 100% de certeza que era a filha de Jennifer. Quinn já havia deixado comentários em vídeos de família postados por Morgan. Então havia uma ligação entre ele e a família. Vimos no perfil de Facebook de Quinn (abaixo) que ele havia expressado orgulho pelo fato de sua sobrinha, Jennifer, ter ido correr a maratona de Boston. Ele havia colocado links para o mapa do seu percurso na maratona e para os registros do seu tempo de corrida. Ele também comentou mais tarde no Facebook que Jennifer estava OK depois da explosão e a caminho de casa.



Gerard Quinn

15 hours ago

So extremely proud of my niece Jennifer, who is running the Boston Marathon today!



Em uma lista telefônica pública, encontramos um número de telefone que nos permitiu falar diretamente com Jennifer Treacy. Ela confirmou que o vídeo era dela e que os meios de comunicação estavam autorizados a usá-lo. Ela também disse que havia informado as autoridades sobre a existência do vídeo.

Resumindo, todos os dados que confirmavam a veracidade daquele vídeo estavam disponíveis online através de ferramentas gratuitas: informações de localização, relatos do acontecimento, o histórico digital de quem fez o upload do vídeo e informações de contato do proprietário. A familiaridade com essas ferramentas nos permitiu verificar o vídeo em cerca de 10 minutos.

1. http://www.cjr.org/behind_the_news/is_this_the_worlds_best_twitter_account.php?page=all
2. <http://storify.com/acarvin/how-to-debunk-a-geopolitical-rumor-with-your-twit2>
3. <http://atwar.blogs.nytimes.com/2011/06/10/following-up-part-i-battlefield-refuse-social-media-and-qaddafis-cluster-bombs/>
4. <http://www.theguardian.com/world/2013/mar/21/frontroom-blogger-analyses-weapons-syria-frontline>
5. Veja este post sobre a geolocalização de uma explosão de um tanque na Síria: <http://blog.storyful.com/2013/03/13/the-changing-nature-of-conflict-and->

[technology/↵](#)

6. Veja o estudo Harkin↵

7. Veja estudo Harkin, p. 31↵

Estudo de caso 5.2

Investigando um suposto massacre na Costa do Marfim



Malachy Browne é editor da [Storyful](#), a primeira agência de notícias da era das redes sociais. Sediada em Dublin e com equipes na Ásia e nos Estados Unidos, Storyful ajuda seus clientes a descobrir, verificar e distribuir os mais valiosos conteúdos gerados por usuários através de mídias sociais. Antes de Storyful, Browne criou e editou o [Politico.ie](#), um site irlandês de política e arquivo de notícias. Ele trabalhou para a revista de política irlandesa Village entre 2006 e 2008, além de ter sido editor do site da revista, Village.ie. Tendo trabalhado anteriormente como programador, Browne acredita firmemente

em inovações nas redações e na capacidade da tecnologia para fortalecer o jornalismo. Ele é natural da cidade de Broadford, no Condado de Limerick, e vive em Dublin. Seu Twitter é @[malachybrowne](#).



Em março de 2011, [um vídeo publicado no YouTube mostrava o que se afirmava ser o assassinato de pelo menos seis mulheres](#), cometido por forças de segurança da Costa do Marfim (FDS) durante um protesto em Abobo. A manifestação ocorreu durante um período de agitação social, quando o presidente Laurent Gbagbo continuou no poder depois de ser derrotado nas eleições presidenciais de novembro do ano anterior.

A pedido de um cliente, a Storyful começou a verificar o vídeo dois anos após o acontecimento. As imagens mostram um grande grupo de mulheres gritando "ADO", uma referência a Alassane Dramane Ouattara, rival de Gbagbo. Depois, aos 3 minutos e 32 segundos, veículos blindados aparecem no enquadramento e armas de grande calibre são disparadas. Várias pessoas parecem estar feridas mortalmente. Na época, alguns marfinenses afirmaram que os ferimentos haviam sido encenados. O Ministro de Defesa do país [colocou o vídeo em dúvida](#) e os apoiadores de Gbagbo afirmaram, em reconstruções no YouTube, que ele era falso ([aqui](#) e [aqui](#)).

Verificar vídeos de uma notícia de última hora é, em certos aspectos, mais fácil do que essa forma de investigação retroativa. Informações que corroboram ou desmascaram um vídeo são mais acessíveis num período de tempo recente; informações relacionadas a um acontecimento mais antigo muitas vezes estão escondidas nas profundezas das redes sociais. Pesquisas de arquivo podem ser difíceis ou impossíveis.

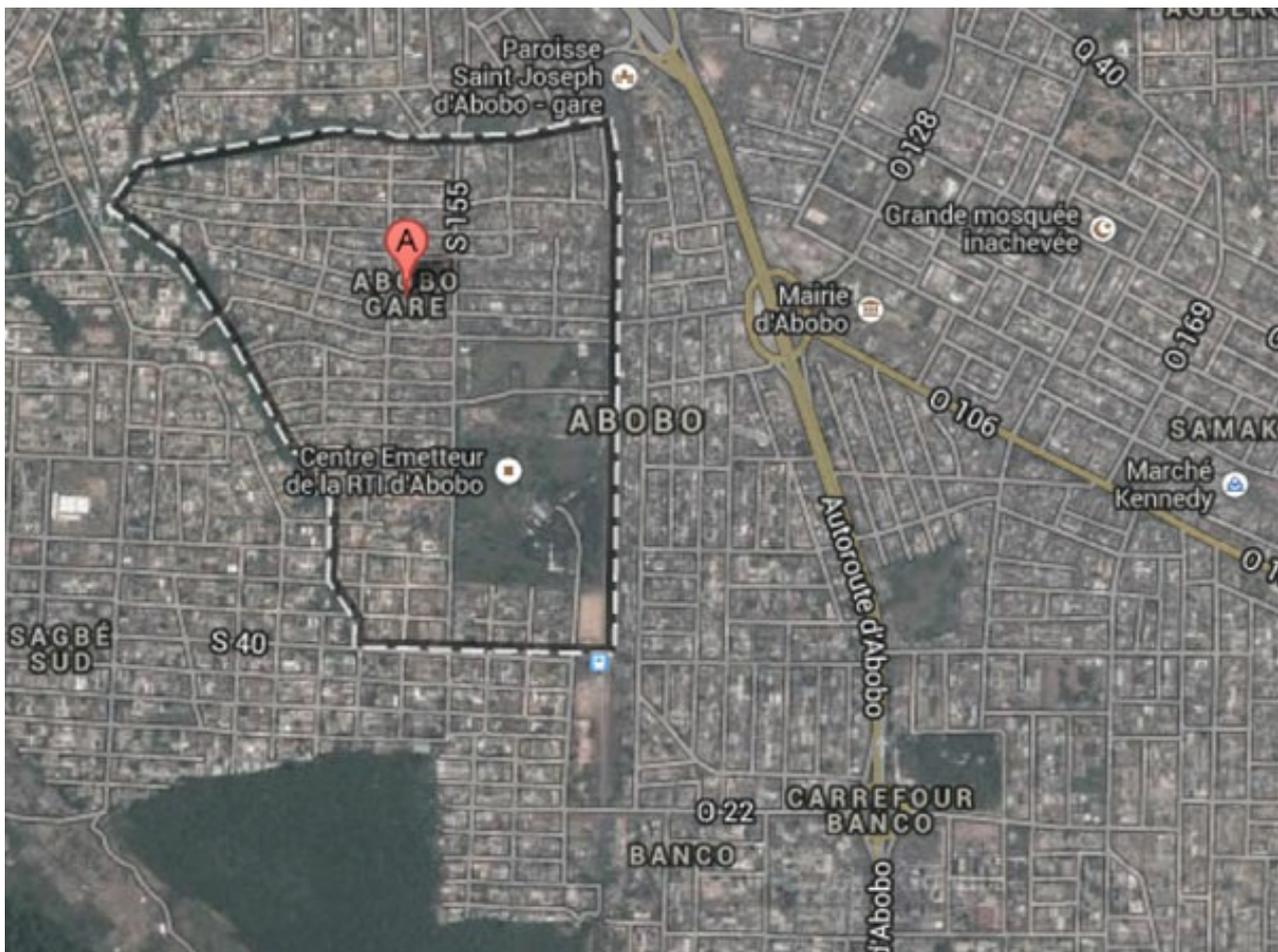
Com essas limitações em mente, procederei a explicar como trabalhei para tentar verificar o vídeo.

Coletar informações sobre o contexto do evento

Eu não conhecia os detalhes do suposto massacre, então pesquisei no Google os termos "Women killed Gbagbo March 3 2011" ("Mulheres mortas Gbagbo 3 de março 2011"). Apareceram diversos textos ([aqui](#) e [aqui](#) e [aqui](#)) descrevendo o local aproximado do acontecimento e a sequência de eventos. Essa busca também trouxe como [resultado](#) uma declaração feita pelo então Ministro da Defesa do país, afirmando que as cenas foram encenadas.

É importante ressaltar que os resultados também trouxeram palavras-chave que pude usar para executar uma busca mais focada. Usando esses termos para fazer uma pesquisa histórica no Twitter e no YouTube, desenterrei relatos de testemunhas oculares e conteúdos enviados por cidadãos. (Sempre tente se colocar no lugar da pessoa que faz upload dos vídeos e imaginar que "tags" ela usaria e como ela descreveria o vídeo, entre outras informações.)

Localização



Segundo relatos, a manifestação e o tiroteio aconteceram em uma rotatória nas proximidades de Abobo, um distrito no norte de Abidjan. Mais especificamente, [um relato](#) afirmava que o fato havia ocorrido em um grande cruzamento/rotatória na Autoroute d'Abobo, ao lado da área conhecida como Abobo Gare. Nele, uma testemunha descreveu que as forças de segurança passaram por uma rotatória, viraram para trás e dispararam em direção às mulheres "antes de voltar para Adjamé". Adjamé fica ao sul de Abobo, o que nos dava uma pista sobre o sentido do tráfego.

De acordo com um [relato da época](#) publicado no Le Patriot em 8 de março, manifestantes se reuniram "na interseção rotatória de Banco" (mapeada abaixo). Pesquisas em um fórum local mostraram que a rotatória foi palco de [manifestações semelhantes anteriormente](#).

O Google Maps mostra duas grandes rotatórias. Uma delas, a Carrefour Banco, fica no extremo sul de Abobo, em direção a Adjamé. Ela correspondia ao relato anterior, então a utilizei como ponto de partida.



A posição de postes e semáforos e o alinhamento das árvores filmadas no vídeo a partir dos quatro minutos estavam de acordo com a visão de satélite da esquina noroeste do Carrefour Banco, como mostrado nos círculos brancos acima. O grande edifício com duas saliências proeminentes sobre o telhado (circulado em vermelho) também se alinha com um edifício que vemos a distância enquanto o comboio de veículos de segurança desaparece de vista. Isso coincide com a direção do tráfego mostrada na imagem de satélite acima e com o relato de uma testemunha ocular de que os veículos iam para o sul, em direção a Adjamé.



Uma imagem do vídeo (acima), no entanto, não correspondia às imagens de satélite. Contamos três grandes árvores de folha caduca enquanto o comboio entrava na rotatória, mas o Google Maps mostrava apenas duas dessas árvores. O vídeo foi filmado em 2011 e as imagens de satélite datavam de 2013; por isso, talvez uma árvore houvesse sido cortada. Então nós olhamos imagens históricas de satélite no Google Earth. Imagens de 2009 mostram três grandes árvores de folha caduca nesta esquina.

A terceira árvore, que não consta nas imagens de satélite 2013, está circulada na imagem abaixo. Ela foi girada em 180 graus de norte a sul. Por este ponto de vista, podemos ver que a posição da câmera estava do outro lado da estrada. Posteriormente, falei com uma fonte respeitável, conhecida da equipe de Storyful, que conhecia bem o vídeo e que havia visitado Abobo para informar sobre o "massacre". A fonte confirmou que esse era o ângulo da câmera.



Data

A data do tiroteio é corroborada por vários depoimentos independentes e vídeos compartilhados nas redes sociais. Esses são encontrados de forma retroativa através de uma variedade de buscas: no Twitter, no Topsy ou Topsy Pro (que permite que um intervalo de data seja definido) e no YouTube com resultados ordenados por data de upload.

Alguns dos passos que eu segui:

- Usei [a busca histórica do Twitter](#) para gerar pistas analisando resultados a partir de 3 de março de 2011.
- Examinei tweets e perguntas sobre o acontecimento e encontrei [esta resposta](#) e [esta](#). Essas fontes são testemunhas em potencial, ou pessoas que poderiam identificar testemunhas. A primeira fonte informa sua localização como sendo Cocody, Abidjan, e a segunda como Abidjan.
- Também localizei [esta pessoa](#), que enviou um vídeo de Abobo e de comícios anteriores do RHDP. Ao checar outros twitvids nessa conta, cheguei a [um vídeo enviado no dia](#) do protesto.

- Examinei em mais detalhe essa linha do tempo no Twitter e encontrei outras [referências ao RHDP naquele dia](#). Isso me levou a outros links, como esta [reportagem sobre o acontecimento](#). Ela incluía uma foto creditada à agência Reuters, que mostrava vítimas que eram similares às que apareciam no nosso vídeo.
- Ao usar a [busca de imagens no Google](#) nessa imagem, confirmamos que ela não havia sido usada antes do dia 3 de março. No entanto, os resultados também mostraram que uma [matéria publicada no The Guardian](#) creditava a agência AFP/Getty Images, em vez da Reuters. Isso significa que um fotógrafo confiável estava no local.

Me aprofundi mais na análise da foto, mostrada abaixo.



A imagem é consistente com a imagem da vítima aos 5 minutos e 30 segundos no vídeo principal. A vítima está coberta por roupas e folhas verdes usadas por muitos dos manifestantes. Observe a camisa apertada azul escuro usada pela vítima e o vestuário característico com uma estampa xadrez de linhas vermelhas, laranjas, brancas e escuras, mostrado a seguir em uma aproximação.



O site France 24 Observateurs também [recebeu fotos](#) do acontecimento a partir de fontes em Abidjan. Nós da Storyful confirmamos isso com eles.

Outras buscas desvendaram um foto-diário publicado [aqui](#) por um jornalista da agência France-Presse, Issouf Sanogo. Ele entrevistou uma mulher chamada Sirah Drane, que afirma ter ajudado a organizar a manifestação no dia 3 de março. Drane diz que estava segurando um megafone para se dirigir à multidão que se reuniu em uma rotatória em Abobo. Uma mulher com descrição correspondente é vista no vídeo.

O vídeo se relaciona com outros três vídeos do evento. Eles foram documentados pelo Storyful na época e depois puderam ser encontrados através de uma busca no YouTube, usando termos de pesquisa identificados anteriormente.

O [primeiro vídeo](#) foi enviado no dia do tiroteio, por uma conta do YouTube registrada na Costa do Marfim que foi criada especificamente para isso. Não havia nenhuma outra atividade na conta que pudesse oferecer informações em relação à fonte. As mesmas mulheres feridas são filmadas no vídeo, assim como o edifício quadrado no plano de fundo.

[Um segundo vídeo](#) foi enviado a outra conta de YouTube registrada na Costa do Marfim na manhã de 4 de março às 09:06:37 GMT. O usuário descreve o vídeo como "várias mulheres mortas" na "manifestação do RHDP de ontem", ou seja, 3 de março.

Nenhum desses vídeos ou fotos existia antes do dia 3 de março, sugerindo com um alto grau de certeza que essa foi a data do evento.

Envio original

O vídeo foi enviado para o YouTube em 4 de março de 2011. No entanto, é muito provável que ele tenha se originado em uma conta do Facebook ou de outro lugar e tenha sido remendado para o YouTube.

A conta do YouTube está registrada nos Estados Unidos e está ligada a um site extinto, onemendo.com. A conta parecia ser operada por alguém ligado a emigrantes jamaicanos que vivem em Nova York ou Nova Jersey, porque continha material promocional de uma boate local, DanceHallReggae.com.

Vídeos publicados na mesma época, em uma conta afiliada no Vimeo, indicam que eles estão baseados em Rochester, Nova York. Uma conta de Facebook afiliada também contém links para músicas de DJs jamaicanos, mas não dá mais pistas sobre as origens do vídeo e não foi postado um link para ele no dia 3 de março de 2011. Vídeos de uma novela senegalesa também foram publicados na conta do YouTube.

O vídeo é autêntico?

Os indícios acima confirmam a localização e estabelecem que a data do vídeo muito provavelmente era 3 de março. No entanto, a questão central é: o vídeo mostra mulheres que participavam do protesto sendo mortas a tiros pela FDS naquele dia?

Houve [afirmações](#) de que os assassinatos são encenados e que corpos foram colocados na rua depois que as forças de segurança foram embora. Essas questões são sérias e merecem uma investigação.

[Nesta declaração](#), o Ministro de Defesa de Gbagbo, Alain Dogou, se referiu ao surgimento desse vídeo amador no dia 4 de março. Ele disse que uma mulher havia sido instruída a deitar-se no chão (e de fato ouvimos "deite, deite" no vídeo). Dogou disse que é "difícil dizer" se o vídeo foi filmado no local relatado por jornalistas. (Nós confirmamos o local). Ele também disse que jornalistas internacionais não estavam cobrindo o protesto porque estavam participando de uma coletiva de imprensa da UNOCI ou outro evento relacionado ao Conselho de Ministros. Finalmente, ele reconheceu que uma Marcha de Mulheres aconteceu em Abobo naquela data.

Perguntas sérias que surgiram:

- Por que a câmera apontou para longe das pessoas feridas por tanto tempo enquanto o comboio entrava na rotatória?
- Todas as vítimas teriam recebido os tiros a poucos metros umas das outras?
- Todas elas teriam caído com o rosto para baixo, como fizeram no vídeo?
- Os rostos rapidamente obscurecidos por roupas. Por que isso acontece?
- No vídeo, alguém diz a uma mulher ensanguentada que deite-se no chão, como descrito pelo Ministro da Defesa. Por que isso acontece? Devido à preocupação com seu estado de saúde ou para encenar um ferimento?
- O "massacre" cria um frenesi de emoção no vídeo; isso é real ou os outros manifestantes foram enganados ou cúmplices de um "massacre" encenado?

Várias testemunhas deram relatos convincentes de que os ferimentos foram realmente resultado do suposto massacre. Um médico do Hospital de South Abobo é citado nas páginas 63 e 64 desse [Relatório da Human Rights Watch](#). Ele diz ter atendido vítimas do tiroteio: um médico que tratou muitas mulheres que não

sobreviveram disse que suas lesões eram claramente causadas por armas pesada e não por balas. O médico e duas testemunhas disseram à Human Rights Watch que a cabeça de uma das vítimas havia sido completamente separada de seu corpo. Outras vítimas, duas das quais não sobreviveram devido à gravidade dos ferimentos, foram feridas por tiros de metralhadora.

(O vídeo realmente parece mostrar uma vítima cuja cabeça foi explodida.)

A reportagem do New York Times trouxe falas de duas testemunhas:

"O tanque da frente começou a atirar", disse um morador de Abobo, Idrissa Diarrassouba. "Imediatamente, seis mulheres foram mortas. Eu estava bem ali, ao lado delas. Elas simplesmente caíram."

"Houve uma explosão de tiros de metralhadora", disse [a testemunha, Idrissa Sissoko]. Ele também afirmou ter visto seis mulheres serem atingidas por tiros. "Eu vi seis corpos jogados no chão, de repente", disse ele. De acordo com [esse relato](#), uma fonte militar disse a um jornalista da Reuters que o tiroteio foi um acidente resultante do nervosismo das forças de segurança após confrontos anteriores.

Conclusão

Podemos dizer que a data e o local estão confirmados com um alto grau de segurança. A fonte original, por outro lado, não está, então não conseguimos falar com a pessoa que gravou o vídeo.

Em última análise, o vídeo mostra o que afirma mostrar?

Não podemos determinar com 100% de certeza com o material que foi coletado. Além de conseguir contactar e entrevistar a pessoa que fez o upload, seria importante reunir mais depoimentos de testemunhas, médicos que trataram as vítimas e das famílias das vítimas. Para identificar as vítimas, nós poderíamos tentar fazer uma investigação mais detalhada do primeiro vídeo, dividindo-o quadro a quadro nos momentos-chave do tiroteio para tentar encontrar maneiras de identificá-las e depois de rastrear pessoas relacionadas a elas que sobreviveram.

Mesmo com todos os fatos comprobatórios e informações que fui capaz de reunir, o veredito sobre este vídeo ainda não é definitivo.

Estudo de Caso 5.3

Confirmando a localização e o conteúdo de um vídeo



Christoph Koettl é o gerente de respostas a emergências (emergency response) da Anistia Internacional nos EUA. Ele é especialista na utilização de imagens de satélite, tecnologia móvel e jornalismo cidadão para pesquisa e defesa dos direitos humanos. Suas especialidades são direito internacional humanitário, análise de conflitos, mapeamento de crises e validação de vídeos, e frequentemente ele ministra palestras sobre tecnologia e direitos humanos, incluindo na [SXSW 2014](#). Koettl foi testemunha sobre crimes de guerra no Sri Lanka frente ao Congresso dos Estados Unidos. Numerosos meios de comunicação nacionais e internacionais, incluindo AP, BBC, CNN, Al Jazeera e Reuters, cobrem o seu trabalho regularmente. O Twitter dele é [@ckoettl](#).

Durante os violentos conflitos no Cairo, em agosto de 2013, houve um [vídeo do YouTube](#) em particular que recebeu muita atenção da mídia. Posteriormente, o vídeo original foi removido do YouTube, mas também pode ser visto [aqui](#). A descrição amplamente usada para esse vídeo, que apareceu, por exemplo, no título de um post de um blog do [Washington Post](#), era de que manifestantes haviam empurrado um carro de polícia para fora de uma ponte no Cairo.



The Washington Post | PostTV | Politics | Opinions | Local | Sports | National | World | Busi

WorldViews

By Max Fisher and the Washington Post Foreign Staff

ADVERTISEMENT

8 PM LIVE NEWS | TUNE IN TOMORROW
9 PM AMERICA TONIGHT

Syria | Iran | Russia | North Korea | Archives

Follow: [f](#) [t](#) [r](#)

WorldViews

Shocking photos, video show Egyptian protesters pushing armored police vehicle off bridge

Comportamentos violentos demonstrados pelos manifestantes são, obviamente, relevantes na hora de investigar [casos de uso desproporcional da força](#) pela polícia,

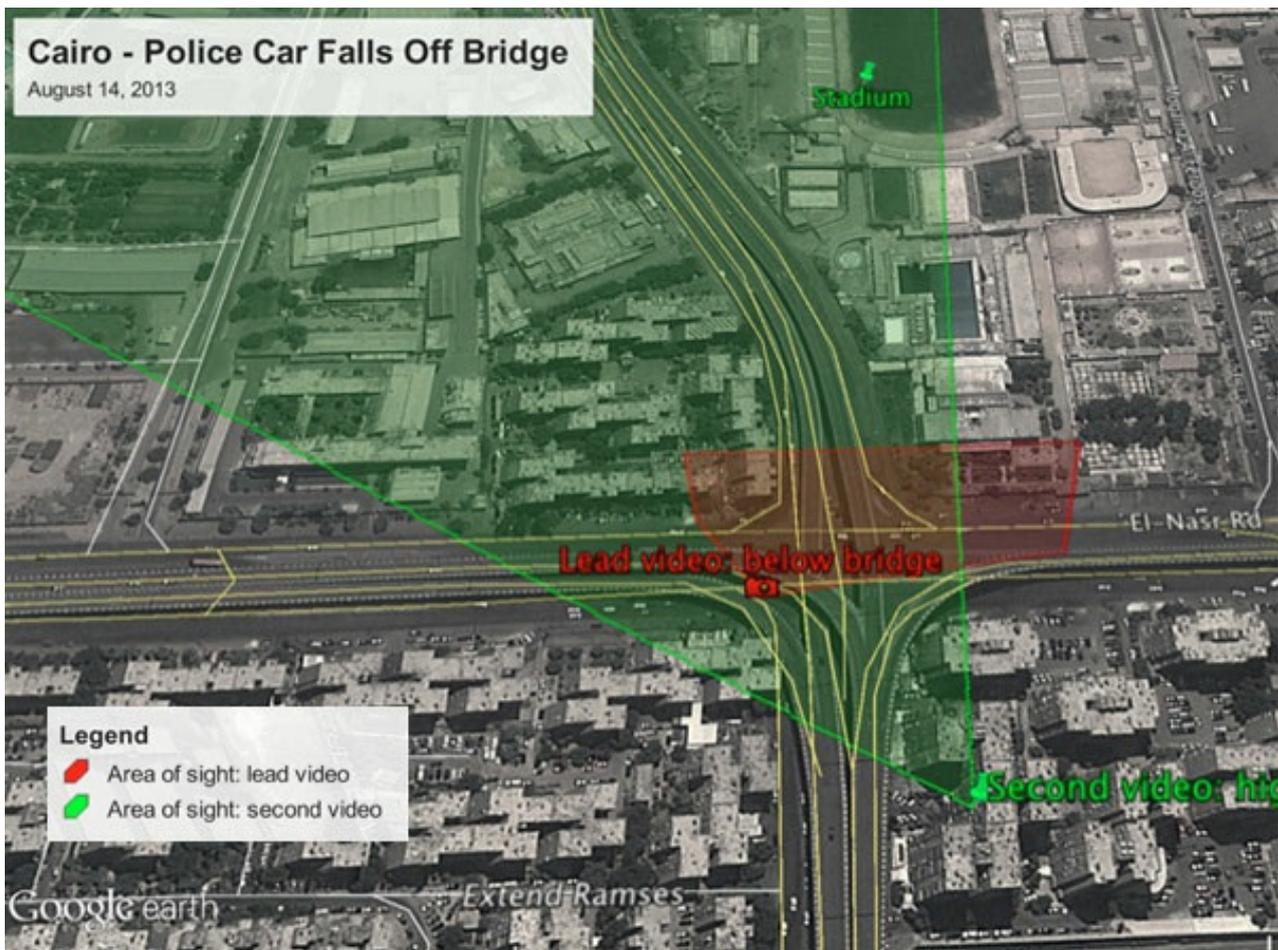
como fazemos na Anistia Internacional. Também trabalhamos para verificar vídeos com o objetivo de determinar se aconteceram abusos de direitos humanos. Por isso, esse vídeo continha imagens que precisavam de uma análise cuidadosa.

O que se destacava no vídeo, em contraste com a descrição e o título, era que em nenhum momento os manifestantes podiam ser vistos realmente empurrando o carro para fora da ponte. Uma análise mais atenta era claramente necessária. A seguir, explico o que fiz para avaliar o conteúdo do vídeo e determinar a localização exata do incidente:

Um dos primeiros passos para validar um vídeo gravado por usuários é buscar outros conteúdos que mostrem o mesmo incidente¹. Costumo fazer uma busca no YouTube, no painel do Storyful (um serviço pago) e na seção de notícias aberta do Storyful para encontrar outros conteúdos em vídeo. Como observado no capítulo 5, eu filtro minhas buscas do Youtube por data de envio para diminuir o número de resultados. Usando essas ferramentas, encontrei um [segundo vídeo](#) que foi filmado de um ângulo diferente. Ele parece ter sido gravado a partir de um arranha-céu nas proximidades e, portanto, oferece uma ótima visão de toda a cena. A filmagem mostra que ninguém realmente empurrou o carro da polícia para fora da ponte. Em vez disso, o carro parece ter colidido com outro veículo, o que fez com que ele rolasse para trás e caísse da ponte. Este segundo vídeo confirmou que o incidente era real, mas também revelou que a descrição (e o título) eram imprecisos.

Com o novo ponto de vista proporcionado pelo segundo vídeo, tornou-se mais fácil encontrar o local exato do incidente. O artigo do Washington Post afirmava que a "Ponte de 6 de Outubro" era o cenário do vídeo. É suficiente para começar, já que é fácil encontrar a ponte em mapas online. No entanto, na verdade ela é uma estrada elevada muito longa que atravessa grande parte da cidade, o que tornou mais difícil encontrar o local exato.

Ao analisar cuidadosamente o segundo vídeo, um marco se destacou: um estádio esportivo. Ao encontrar a Ponte de 6 de Outubro no Google Earth, fui capaz de identificar dois estádios que ficam bem próximos. Depois de girar a visualização no Google Earth para encontrar a provável localização e a linha de visão da pessoa que estava filmando, encontrei um local que correspondia ao [segundo estádio](#). Depois de confirmar a localização geral, foi fácil identificar os arranha-céus com vista para o incidente. Usando a ferramenta de mapeamento do Google Earth Pro, produzi um mapa geral simples mostrando a localização dos dois vídeos, os campos de visão e marcos históricos relevantes:



Coordenadas do vídeo principal: 30.058807, 31.303089

Por fim, mais duas características confirmaram a localização: uma torre de transmissão é visível no fundo do vídeo e também nas [imagens de satélite](#). Além disso, ativei a camada de fotos do Panoramio no Google Earth para procurar imagens geradas pelos usuários. A camada Panoramio contém fotos georeferenciadas e geradas pelos usuários que oferecem uma visão do terreno e, conseqüentemente, um alto nível de detalhes. Também existem [várias fotos feitas desde a parte de baixo da ponte](#), onde o carro foi parar, e os pilares da ponte correspondem perfeitamente ao que é visto no vídeo.

Graças a uma combinação de buscas de vídeos, Google Earth e Google Maps, fui capaz de verificar onde o vídeo foi filmado e também de desmascarar uma descrição errônea que poderia ter tido sérias conseqüências para os manifestantes do Cairo.

No final, depois que a história verdadeira sobre por que o carro de polícia caiu da ponte foi esclarecida, o Washington Post publicou um [segundo post e uma correção](#).

Capítulo 6

Colocando as multidões para trabalhar



Mathew Ingram é um premiado jornalista e consultor de mídia que passou as últimas duas décadas escrevendo sobre negócios, tecnologia e novas mídias, além de prestar consultoria a empresas sobre estratégia de mídias sociais. Atualmente, é repórter-sênior da rede de blogs [GigaOM](#), baseada em São Francisco, onde escreve sobre a evolução da mídia e sobre a cultura da web. Antes disso, ele foi o primeiro "editor de comunidades" do mundo - especializando-se em desenvolvimento e estratégia de mídias sociais - para o jornal canadense The Globe and Mail, onde desenvolveu a abordagem do jornal para comentários online, começou a página do veículo no Facebook e lançou dezenas de repórteres e editores no Twitter. Sua conta no Twitter é [@mathewi](#).

A ideia de usar o poder das massas, de forma colaborativa, para verificar notícias e informações sobre emergências não é tão nova. Os cidadãos, de modo geral, sempre foram parte crucial de como as notícias são formadas e compreendidas. Ocorre que as tecnologias sociais como Twitter, Facebook, YouTube e outras permitem que nos envolvamos diretamente nesse processo de tomada de decisão compartilhada, em uma escala muito maior e mais ampla, além de bem mais rápida. Isso não quer dizer que não haja falhas no processo, porque elas existem, mas no balanço geral provavelmente estamos melhor do que antes.

Basta pensar em como os fatos e notícias eram determinados num passado não tão distante: quando uma guerra começava, um furacão atingia uma cidade ou uma bomba explodia em algum lugar, muitas vezes havia poucos jornalistas ao redor, a não ser por casualidade. Fontes presentes no local retransmitiam as informações para um veículo de comunicação e então o meticuloso processo de verificação dos acontecimentos começava, com base em entrevistas com testemunhas, telefonemas e assim por diante.

Agora, temos as mesmas chances de descobrir notícias - principalmente eventos repentinos e imprevisíveis como terremotos ou atentados - no Twitter, poucos minutos ou mesmo segundos depois do acontecimento. E em vez de apenas uma ou duas observações de espectadores e testemunhas, podemos obter centenas ou até milhares de relatos. Alguns deles provavelmente são errôneos, como vimos no atentado de Boston e outras situações de emergência semelhantes, mas no geral é possível ter uma ideia bastante precisa do que aconteceu e como - e mais rápido do que nunca.

A seguir, abordamos alguns dos melhores hábitos para a prática emergente de verificação com base nas massas, como praticado por inovadores como Andy Carvin, um ex-estrategista sênior da NPR, entre outros.

Identifique, verifique e entre em contato com as fontes

Na maioria dos casos, o ponto de partida é identificar as fontes que são confiáveis e então fazer uma curadoria, agregá-las e verificar a informação que oferecem. Andy Carvin, da National Public Radio (NPR), construiu o que ele chamou de "redação do Twitter" a partir de fontes no Oriente Médio durante a Primavera Árabe, começando com pessoas que ele conhecia pessoalmente e usando-as como um meio de descobrir outras fontes.

"O que eu acho realmente importante é prestar atenção ao que essas pessoas estão falando no Twitter e ocasionalmente no Facebook", disse Carvin a Craig Silverman em uma entrevista de 2011. "Tanto no caso da Tunísia quanto no do Egito, eu já havia conhecido uma meia dúzia de fontes em cada país."

Carvin também pediu às pessoas que conhecia para recomendar ou verificar outras fontes que ele encontrava através de buscas no Twitter e seguindo hashtags específicas. Com o tempo, ele gerou listas com centenas de fontes valiosas.

Essas listas, por sua vez, tornaram-se o motor que permitiu a Carvin twittar em tempo real durante uma série de guerras - recebendo informações, republicando-as, pedindo ajuda a seus seguidores e fontes para verificá-las, e então postando os resultados. Em muitos aspectos, foi um processo caótico, mas bem-sucedido.

Para gerenciar todos esses contatos, ele construiu listas no Twitter de modo a organizá-los em grupos lógicos com base em temas ou localização geográfica. Hoje, isso também poderia ser feito com listas de interesse no Facebook, círculos no Google Plus e outras ferramentas, ou assinando contas do YouTube e construindo listas de reprodução, entre outras opções.

Carvin também tomava outra atitude muito importante, que era entrar em contato com muitas das suas fontes diretamente ou conhecê-las pessoalmente, para desenvolver um relacionamento com elas. Muitas pessoas viram apenas o que ele estava fazendo em sua conta no Twitter, mas ele também passou muito tempo se comunicando com as pessoas através de Skype, e-mail e outros meios para confirmar suas identidades.

Como detalhado nos capítulos anteriores, esses tipos de fontes e as informações que elas oferecem devem ser verificadas. Depois de usar a pesquisa avançada do Twitter, a busca do YouTube e outros recursos para encontrar as pessoas e organizações locais ou com acesso a informações relevantes, você precisa se esforçar para contactá-las e verificar de onde a informação está vindo.

Quanto mais você interagir com suas fontes e aprender sobre elas, mais você vai ver os pontos fortes, fraquezas e parcialidades delas, além de outros fatores que precisam ser mensurados ao considerar a informação que elas compartilham. Conforme sua lista de fontes cresce, você também começa a identificar padrões no que elas veem, compartilham e relatam. E isso fornece a matéria-prima necessária para triangular e determinar exatamente o que está e o que não está acontecendo.

"Algumas dessas pessoas estão trabalhando ativamente para derrubar os governos locais", disse Carvin sobre as fontes que ele contactou durante a Primavera Árabe². "Só tenho que estar ciente disso o tempo inteiro. Talvez a resposta seja transparência, de modo que uma determinada pessoa pode estar me dando boas informações, mas eu nunca devo esquecer que ela faz parte da oposição."

Provocando o engajamento das suas fontes

Em um determinado momento durante a violência na Líbia em 2011, Carvin foi contactado por alguém no Twitter que lhe pediu - e, por extensão, à sua "redação do Twitter" - para ajudar a verificar se morteiros israelenses estavam sendo usados na Líbia. Ele detalhou o que aconteceu em um Storify³:

It all began on March 12, 2011 when I was at the SXSW Festival in Austin, Texas, participating in a session about social media and the Middle East, organized by the New York Times.



While sitting in the session, I received a tweet from @jan15egy asking me to look into something.



A partir dessa pista, Carvin alistou seus seguidores, pedindo-lhes para ajudar a confirmar se a arma era israelense. Eles responderam com um mix de dicas e opiniões úteis, além de alguns becos sem saída. Eventualmente, ele recebeu informações específicas que ajudaram a responder à pergunta:

A Syrian living in Beirut named @LeShaque began to dig up a lot of intriguing leads

from weapons manufacturers in india:

@acarvin This one looks similar
<http://qvie.ws/hg0mwo>
Mar 12 via Seismic Desktop

 **Le Shaque**
LeShaque

Le Shaque's Twitter
HTTPS:



Bomb Mortar 81 mm illuminating

Bomb 81mm Mortar illuminating belongs to the family of illuminating ammunition extensively used to support night warfare. It provides intense illumination for identification and engagement of all types of moving and stationary objects. It is useful for movement of troops and to locate the enemy. The Bomb is fired from a 81mm smooth Mortar which is a muzzle loading weapon. The ammunition is also compatible with same calibre weapon of Hotchkiss make long barrel mortar. In using with Hotchkiss sho...

 WEAPONSINDIA.COM

No fim das contas, a arma não era israelita, e sim indiana. E não era um morteiro. Carvin disse que sabia que estava recebendo informações corretas porque ouviu de

várias fontes que ele sabia que não tinham relação entre si.

"No caso do que fizemos sobre as supostas armas israelenses, havia muita gente dando basicamente a mesma informação e essas pessoas não se conheciam, então capturei alguns dos tweets no meu Storify", disse.

É importante lembrar que uma coisa que ajudou Andy Carvin a fazer o que fez foi recorrer a outras pessoas para pedir ajuda de uma forma muito humana e acessível. Ele também tratou as pessoas com quem entrou em contato como colegas, e não apenas fontes que ele podia comandar para fazer o que ele mandasse. Jornalistas e outros profissionais que simplesmente dão ordens recebem muito pouco como resposta; tratar as pessoas como seres humanos faz toda a diferença.

O repórter de guerra do New York Times C.J. Chivers usou uma abordagem similar à de Carvin para verificar bombas usadas em vários conflitos e diz⁴ que nesse processo chega-se à verdade muito mais rápido do que teria sido possível no passado.

Com qualquer tipo de informação, é provável que haja pessoas em seu círculo social (ou na rede de conexões mais amplas da internet) que sabem a verdade sobre aquele incidente ou acontecimento. Você apenas tem que encontrá-las.

Chivers disse: "nesse caso, a prova tornou-se possível com a ajuda das ferramentas padrão de cobertura de guerras in loco: a vontade de trabalhar no local dos acontecimentos, uma câmera digital, uma conexão de internet via satélite, um laptop, uma conta de e-mail e um grupo de fontes com conhecimento especializado. Mas houve uma reviravolta, que é um reflexo de novas maneiras em que a guerra pode ser examinada em tempo real, usando ferramentas de mídias sociais para formar multidões de especialistas em uma rede social".

O jornalista também celebrou as conquistas de um "jornalista cidadão"⁵ britânico conhecido pelo nome de Brown Moses. Ele é um blogueiro cujo nome verdadeiro é Eliot Higgins e que tornou-se especialista em armas químicas assistindo e verificando milhares de vídeos do conflito na Síria no YouTube.

Higgins não tinha treinamento em jornalismo ou equipamentos militares, mas tornou-se um elo fundamental na cadeia de verificação, a tal ponto que jornalistas profissionais como Chivers e até mesmo agências de ajuda humanitária recorreram a ele. Fontes novas e importantes como Moses podem surgir em determinadas situações, ou porque se dedicaram a um tema ao longo do tempo ou porque estavam no lugar certo (ou errado) na hora certa.

"Crowdsourcing" responsável

Uma coisa que qualquer pessoa que esteja tentando coletar e verificar informações durante uma crise, seja ela jornalista ou não, precisa ter em mente é que você também é uma fonte de informação para os outros ao usar redes sociais como Twitter, Facebook ou Google Plus. Isso significa que qualquer informação sem fundamento que você postar enquanto faz o seu trabalho de verificação pode contribuir para aumentar a confusão em torno do acontecimento.

Tenha isso em mente ao twittar ou postar detalhes e procurar confirmação. A melhor abordagem é ser o mais aberto possível sobre o que está acontecendo e lembrar repetidamente seus seguidores ou conexões sociais de que você está procurando

ajuda, e não apenas propagando informações não confirmadas.

Para evitar confusão, seja o mais claro possível sobre o que você sabe e o que você não sabe e sobre que tipo de informação você necessita ajuda para confirmar. No caso de alguns detalhes sensíveis ou polêmicos, é melhor tentar confirmá-los por métodos offline antes de usar redes sociais ou outros recursos online. Você pode ter o cuidado de sinalizar a informação como "não confirmada" ou "rumor", mas esses avisos muitas vezes podem desaparecer quando as informações começarem a se espalhar. Todos nós temos a responsabilidade de levar em consideração essa realidade e evitar contribuir para mais confusão ou desinformação em uma situação de crise.

O poder das massas

Algoritmos e buscas automatizadas podem gerar uma enorme quantidade de conteúdo quando se trata de fatos noticiosos, conforme detalhado no próximo capítulo. Mas, sem dúvida, só os seres humanos podem vasculhar e dar sentido a todo esse conteúdo de forma eficiente e em tempo real. Exemplos como Andy Carvin e Brown Moses têm nos mostrado que a melhor ferramenta para fazer isso é uma rede de fontes confiáveis que estão focadas em uma área temática específica ou em um local físico específico - uma rede que você pode usar como sua própria redação colaborativa.

No entanto, esse tipo de relacionamento com as fontes deve ser tomado com seriedade. Não se trata apenas de uma ferramenta ou um processo que lhe permite fazer o seu trabalho ou completar uma tarefa de forma mais rápida e eficiente; é um esforço colaborativo, e você deve estar preparado para fornecer tanto quanto recebe.

-
1. http://www.cjr.org/behind_the_news/is_this_the_worlds_best_twitter_account.php?page=all↵
 2. http://www.cjr.org/behind_the_news/is_this_the_worlds_best_twitter_account.php?page=all↵
 3. <http://storify.com/acarvin/how-to-debunk-a-geopolitical-rumor-with-your-twit2>↵
 4. <http://atwar.blogs.nytimes.com/2011/06/10/following-up-part-i-battlefield-refuse-social-media-and-qaddafis-cluster-bombs/>↵
 5. <http://www.theguardian.com/world/2013/mar/21/frontroom-blogger-analyses-weapons-syria-frontline>↵

Estudo de caso 6.1 **Desmascarado pela gramática árabe**



Tom Trewinnard é o gerente de pesquisa e comunicação da [Meedan](#), uma organização sem fins lucrativos de tecnologia social que trabalha no projeto Checkdesk, desenvolvendo ferramentas para verificação colaborativa online. O twitter dele é [\[@Tom_El_Rumi\]\(https://twitter.com/Tom_El_Rumi\)](#).

M.SH. é co-fundador do grupo de mídia Shabab Souria (Juventude Síria), que ele criou com amigos depois de analisar a dinâmica entre jornalismo cidadão e mídia de massa durante as manifestações na Tunísia, no Egito e na Líbia no início de 2011.



Shabab Souria (Juventude Síria) é uma rede de sírios que vivem dentro e fora da Síria e colaboram usando ferramentas online para verificar e publicar atualizações a partir de várias partes do país. Seu funcionamento se assemelha ao de um grupo de Facebook aberto, mas bem administrado, e seus membros verificam de forma colaborativa as centenas de notícias que emergem diariamente das mídias oficiais e redes sociais. Em seguida, eles publicam o conteúdo verificado em árabe e inglês usando o Checkdesk.

[Checkdesk](#) é uma plataforma de código aberto para redações e coletivos de mídia para verificar e publicar materiais em mídia digital sobre fatos noticiosos. O Checkdesk foi lançado pela Meedan em julho de 2013, tendo como parceiras seis importantes organizações de mídia do Oriente Médio. Todas elas conduziram uma série de oficinas dentro de suas comunidades para formar cidadãos em uso crítico da mídia, conhecimento de fontes e técnicas de verificação digitais.

Um bom exemplo de como a Shabab Souria funciona para desmascarar e verificar informações aconteceu em [5 de dezembro de 2013](#). Uma pessoa que se identificava como Sham al-Orouba postou um vídeo do YouTube no grupo da Shabab Souria no Facebook. No vídeo, um homem barbudo era identificado como membro do grupo jihadista Seyoof al Islam e afirmava que o grupo havia realizado ataques contra a comunidade cristã de Saydna e o mosteiro Deir Querubins.

Sua narrativa dos supostos ataques era intercalada com imagens pouco nítidas que

mostravam o que aparentavam ser danos a um edifício no topo de um morro e a uma estátua de Jesus Cristo. Ao apresentar o vídeo para a rede Shabab Souria, Al-Orouba fez uma pergunta simples: "confirmado ou negado?"

O membro Mohammad Fakhr Eddin (todos os membros do grupo usam pseudônimos para se proteger) respondeu rapidamente, observando que incorreções gramaticais sutis no árabe do apresentador são atípicas para um jihadista. Com base na sua experiência de rever centenas de vídeos e outros conteúdos de jihadistas, o grupo percebe que essas pessoas costumam ser eloquentes na sua utilização da linguagem.

Outro usuário, Abu Nabil, concordou que o fraco árabe do apresentador o havia traído, sinalizando que ele não era quem dizia ser. Nabil acrescentou que o Islã proíbe ataques contra igrejas e outros usuários concordaram que os grupos jihadistas geralmente não atingem igrejas na Síria, a menos que haja uma forte razão militar para fazê-lo.

Shamyia Sy e Mohammad Fakhr Eddin acrescentaram outra informação importante sobre a fonte: eles disseram que a pessoa que enviou o vídeo para o YouTube - Nizar Nayouf - é notoriamente pouco confiável. Eles afirmaram que, no passado, Nayouf havia sido responsável por fazer propaganda pró-Assad visando difamar grupos anti-Assad.

"Isso não pôde ser confirmado a partir de outras fontes", escreveu Karam Abu al-Faraty em um post no grupo. Ninguém conseguiu localizar outros relatos, fotos ou gravações de Seyoof al Islam ou outros grupos jihadistas atacando Deir Querubins ou a comunidade cristã no Saydna.

Com o tempo, membros de um grupo como o Shabab Souria desenvolvem suas próprias áreas de especialização, assim como uma reputação por seu trabalho. Sy e al-Faraty são conhecidos como bons investigadores: através do seu histórico de checagem cuidadosa da mídia eles se estabeleceram como experts confiáveis em matéria de verificação. O fato de que foram eles os responsáveis por identificar a fonte do vídeo como pouco confiável deu mais peso à informação.

No final, o grupo demorou menos de três horas para determinar que o vídeo era falso. Ao reunir a experiência de vários membros, eles foram capazes de procurar outras cenas ou relatos corroborando o vídeo, examinar e questionar a credibilidade da fonte, analisar o conteúdo da gravação e identificar aspectos que questionavam sua autenticidade.

Sete usuários diferentes colaboraram para verificar o vídeo. Se ele fosse considerado verdadeiro, o falso relatório jihadista poderia ter contribuído para uma guerra de propaganda contínua que influenciaria não só os civis dentro da Síria, mas também políticos no exterior. Como escreveu um usuário na lista de discussão: "O problema é que sabemos que isso é falso, mas a mídia ocidental vai considerá-lo real."

Tudo isso ocorreu num momento em que uma intervenção militar internacional parecia uma possibilidade real. Por isso, era essencial que o vídeo fosse desmascarado e que fosse anunciado publicamente que ele era falso, através das mídias sociais que tornaram-se tão cruciais para o fluxo de informações no conflito da Síria.

Capítulo 7

Adicionando a multidão digital à multidão humana



Patrick Meier (Ph.D.) é internacionalmente reconhecido como líder na aplicação de novas tecnologias para ajuda humanitária. Atualmente, ele é o diretor de inovação social do Instituto de Pesquisa em Computação da Fundação Qatar (QCRI, do inglês), onde desenvolve protótipos de [Tecnologias Humanitárias da Próxima Geração](#). Antes de ingressar no QCRI, Patrick foi cofundador e codiretor do Programa de Mapeamento de Crises e Alertas Rápidos da HHI e atuou como diretor de mapeamento de crises em Ushahidi. Seu blog [iRevolution](#) já recebeu mais de 1 milhão de visitas. O Twitter de Patrick é: [@patrickmeier](#).

Jornalistas investigativos e profissionais da área de direitos humanos têm usado há décadas uma combinação de estratégias para verificar informações em situações de emergência e notícias de última hora. Esse tipo de experiência é ainda mais valorizada com o crescimento do número de conteúdos gerados pelos usuários.

No entanto, muitos estão se voltando cada vez mais para a "computação avançada" para acelerar e possivelmente automatizar o processo de verificação. Tal como acontece com qualquer outra técnica, usar computação avançada para verificar o conteúdo de mídias sociais em tempo quase real traz tanto promessas quanto armadilhas.

A computação avançada consiste em dois elementos: computação de máquina e computação humana. A primeira utiliza técnicas de processamento de linguagem natural e aprendizado de máquina, enquanto a última se baseia em métodos de "crowdsourcing" e "microtasking".

Atualmente, a aplicação de computação avançada para verificar conteúdos gerados pelos usuários é limitada porque o campo de pesquisa ainda é novo e as plataformas e técnicas de verificação descritas abaixo ainda estão sendo desenvolvidas e testadas. Como resultado, ainda não se sabe exatamente quanto elas irão acrescentar ao processo de verificação, mas os avanços na tecnologia devem continuar trazendo novas maneiras de ajudar a automatizar os elementos do processo de verificação.

Estamos em um momento importante na aplicação de computação avançada para verificar o conteúdo gerado pelos usuários, pois estão sendo desenvolvidos três novos projetos nessa área. Este capítulo fornece uma visão geral deles e um background sobre a forma em que a computação humana e de máquina estão sendo usadas (e combinadas) no processo de verificação. Antes, deixe-me acrescentar um aviso: eu liderei os esforços de resposta humanitária digitais descritos abaixo para Haiti, Filipinas e Paquistão. Além disso, também estou envolvido no projeto Verily e com a criação do Credibility Plugin (Plugin de Credibilidade) para o Twitter, que também serão mencionados a seguir.

Computação humana

Na computação humana, também conhecida como "crowd computing", uma máquina terceiriza certas tarefas a uma ou várias pessoas. Posteriormente, ela coleta e analisa as tarefas processadas.

Um dos primeiros usos de computação humana em casos de emergência foi após o terremoto no Haiti, em 2010. [A Ushahidi Inc. criou uma plataforma de computação humana online](#) para gerar micro divisões na tradução de mensagens de texto urgentes em crioulo haitiano para o inglês. Essas mensagens vinham de comunidades afetadas por desastres em Porto Príncipe e arredores. Em seguida, os textos traduzidos passavam por uma triagem e eram acrescentados ao Mapa de Crise no Haiti da Ushahidi. A tradução dos textos foi a primeira e única vez em que a Ushahidi usou uma plataforma de computação humana para administrar informações relacionadas a uma crise, mas o sucesso dessa técnica informática chamou atenção para o quão valiosa ela é em respostas a desastres.

Depois disso, a computação humana foi usada novamente em 2012, em resposta ao Tufão Pablo, nas Filipinas. A pedido das Nações Unidas, a Digital Humanitarian Network (DHN, ou Rede Humanitária Digital, em tradução livre) [coletou e analisou todos os tweets postados durante as primeiras 48 horas depois que o tufão atingiu a terra](#). Mais especificamente, os voluntários da DHN foram convidados a identificar todas as imagens e vídeos postados no Twitter que revelavam danos causados pelos fortes ventos e chuva. Para realizar a operação, a DHN usou uma plataforma de microtasking livre e de código aberto, a [CrowdCrafting](#), para marcar tweets e imagens individuais. Em seguida, os dados processados foram usados para criar um mapa com os danos decorrentes do desastre.

O sucesso da resposta da computação humana ao Tufão Pablo motivou o lançamento de uma nova plataforma de microtasking chamada MicroMappers. Desenvolvida com um software CrowdCrafting, a MicroMappers [foi usada pela primeira vez em setembro de 2013 para atribuir "tags" a tweets e imagens postadas online depois do terremoto no Baluchistão](#). Essa operação foi realizada pela DHN em resposta a um pedido da ONU no Paquistão.

Em suma, a computação humana está começando a ganhar força na comunidade de ajuda humanitária, mas até agora ainda não tem sido usada para verificar o conteúdo de mídias sociais.

Plataforma Verily

A plataforma Verily, que estou ajudando a desenvolver, usa computação humana para fazer crowdsourcing rapidamente de indícios que corroboram ou descredita informações postadas nas redes sociais. [Esperamos que o Verily seja usado para ajudar a organizar relatos conflitantes sobre estragos que frequentemente surgem depois de um grande desastre](#). A plataforma também poderia ser usada para verificar imagens e vídeos.

O Verily foi inspirado no Red Balloon Challenge (Desafio do Balão Vermelho), lançado em 2009 pela Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos EUA (DARPA). O desafio requeria que participantes identificassem corretamente a localização de 10 balões meteorológicos vermelhos plantados nos Estados Unidos. O time vencedor, do MIT, encontrou todos os balões em menos de

nove horas sem se afastar dos seus computadores. Na verdade, eles recorreram às redes sociais - principalmente ao Twitter - para mobilizar o público. Depois do início da competição, a equipe anunciou que se ganhasse, em vez de ficar com o prêmio de 40 mil dólares ia compartilhá-lo com os membros do público que ajudaram na busca dos balões. Além disso, eles incentivaram as pessoas a convidar membros de suas redes sociais para se unir à busca, [escrevendo](#): "estamos dando 2 mil dólares por balão para a primeira pessoa que nos enviar as coordenadas corretas, mas isso não é tudo - também vamos dar mil dólares à pessoa que a convidou. E vamos dar 500 dólares para quem convidou essa pessoa e 250 a quem convidou essa outra e assim por diante.

A plataforma Verily usa o mesmo mecanismo de incentivo sob a forma de pontos. Em vez de procurar balões por um país inteiro, no entanto, ela facilita a verificação dos relatos publicados em redes sociais durante os desastres de modo a cobrir uma área geográfica muito menor - normalmente uma cidade.

Pense no Verily como um mural do Pinterest com itens que consistem em perguntas do tipo "sim ou não". Por exemplo: "a ponte do Brooklyn foi bloqueada por causa do Furacão Sandy?". Os usuários do Verily podem compartilhar esse pedido de verificação no Twitter ou no Facebook e também enviar e-mails às pessoas que eles conhecem que vivem nas proximidades.

Quem tem indícios para responder à questão contribui com o mural do Verily, que tem duas seções: uma para postagens que respondem à pergunta de verificação afirmativamente e outra para as que fornecem uma resposta negativa.

Os tipos de provas que podem ser postadas incluem texto, imagens e vídeos. Cada indício enviado para o mural do Verily deve ser acompanhado por uma explicação da pessoa que fez a postagem sobre por que aquela prova é relevante e credível.

Como tal, um objetivo paralelo do projeto Verily é fazer crowdsourcing do pensamento crítico. A plataforma Verily deve ser lançada na página www.Verily.ly em 2014.

Computação de máquina

O terremoto de 8,8 graus de magnitude que atingiu o Chile em 2010 foi amplamente divulgado no Twitter. Como costuma acontecer, junto aos tweets veio uma onda de rumores e informações falsas.

Um dos boatos foi de um alerta de tsunami em Valparaíso e outro foi o relato de saques em alguns bairros de Santiago. Embora esse tipo de boato se espalhe, pesquisas empíricas recentes demonstraram que o Twitter tem um mecanismo de autocorreção. Um [estudo de tweets postados pouco depois do terremoto chileno](#) concluiu que usuários do Twitter costumam rejeitar tweets não confiáveis, questionando sua credibilidade.

Analisando esse fenômeno, pesquisadores demonstraram que a credibilidade dos tweets poderia ser prognosticada. Pesquisas relacionadas também [revelaram que tweets com certas características frequentemente são falsos](#). Por exemplo, o tamanho dos tweets, o sentimento das palavras usadas e o número de hashtags e emoticons utilizados fornecem indicadores sobre a provável credibilidade de mensagens publicadas no Twitter. O mesmo vale para [tweets que incluem links para](#)

[imagens ou vídeos](#) — a linguagem contida nos tweets que contêm links para conteúdos multimídia pode ser usada para determinar se aquele conteúdo é crível ou não.

Tomados em conjunto, esses dados fornecem às máquinas os parâmetros e a inteligência que elas precisam para começar a prever a precisão de tweets e de outros conteúdos publicados em redes sociais. Isso abre as portas para que a automação passe a ter um papel maior no processo de verificação durante desastres e outras situações de emergência e de notícias de última hora.

Em termos de aplicações práticas, essas descobertas têm sido usadas para desenvolver um [“Credibility Plugin” \(Plugin de Credibilidade, em tradução livre\) para o Twitter](#). Para esse projeto, minha equipe do Instituto de Pesquisa em Computação da Fundação Qatar está trabalhando em parceria com o Instituto de Tecnologia da Informação Indraprastha em Deli, na Índia.

Esse plugin vai avaliar tweets numa escala de 0 a 100 com base na probabilidade de que o conteúdo de cada um deles seja considerado digno de crédito e deve ser lançado ainda em 2014. A principal vantagem desta solução de computação de máquina é que ela é totalmente automatizada e, portanto, mais escalável do que a plataforma de computação humana Verily.

Computação híbrida

A plataforma Artificial Intelligence for Disaster Response (AIDR, ou "Inteligência Artificial para Resposta a Desastres", em tradução livre) é um híbrido dos modelos de computação humana e de máquina.

Ela combina a computação humana (microtasking) com a computação de máquina (machine learning). "Microtasking" significa pegar uma tarefa grande e dividi-la em uma série de tarefas menores. "Machine learning", ou aprendizado de máquina, envolve ensinar um computador a executar uma tarefa específica.

A AIDR permite aos usuários ensinar a um algoritmo como encontrar informações de interesse no Twitter. O processo de ensino é feito usando microtasking. Por exemplo, se a Cruz Vermelha estivesse interessada em monitorar o Twitter para detectar referências a danos de infraestrutura após um desastre, eles poderiam usar a interface de microtasking da AIDR para marcar (selecionar) tweets que se referem a danos. O algoritmo iria, então, aprender com este processo e automaticamente encontrar outros tweets que também fazem referência ao assunto.

Essa abordagem de computação híbrida pode ser utilizada para identificar automaticamente rumores baseados em um conjunto inicial de tweets referentes a eles. Essa identificação rápida dos rumores e sua fonte é um componente importante da verificação de conteúdos gerados pelos cidadãos. Isso permite aos jornalistas e profissionais de ajuda humanitária rastrear a fonte das informações e saber quem contactar para dar o próximo passo para verificá-las.

No entanto, o objetivo não deve ser apenas identificar informações falsas ou enganosas nas redes sociais, mas também combater e corrigir a informação o mais rápido possível. A primeira versão do AIDR foi lançada em novembro de 2013.

Acelerando o processo de verificação

Como observado anteriormente, as plataformas de verificação movidas a computação avançada ainda estão nos seus estágios iniciais, o que significa que sua real contribuição para a verificação de conteúdos gerados pelos usuários ainda não está clara. Mesmo que essas plataformas sejam frutíferas, seus primeiros passos enfrentarão restrições importantes, mas este trabalho inicial é essencial para que possamos nos mover em direção a aplicações significativas da computação avançada no processo de verificação.

Uma limitação atual é que a AIDR e o Credibility Plugin, descritos acima, são totalmente dependentes de uma só fonte: o Twitter. Plataformas de verificação através de diferentes mídias são necessárias para triangular relatórios em diferentes fontes, meios de comunicação e linguagens. O Veri.ly chega perto de cumprir essa necessidade, mas depende inteiramente de intervenção humana, não sendo possível aumentar sua escala facilmente.

De qualquer forma, essas soluções estão longe de ser a grande saída que tantos procuram em termos de verificação. Assim como outras plataformas de informação, elas também podem ser sabotadas com tempo e esforço suficientes. Ainda assim, essas ferramentas oferecem a possibilidade de acelerar o processo de verificação e é provável que continuem avançando na medida em que mais esforços e investimentos são feitos nessa área.

Estudo de caso 7.1

Como o OpenStreetMap usou pessoas e máquinas para mapear áreas afetadas depois do Tufão Haiyan



Dan Stowell é cientista da computação, especialista em análise de áudio. Ele também é colaborador regular do OpenStreetMap e participa da Equipe Humanitária do OpenStreetMap, uma iniciativa que projeta mapas digitais, convoca pessoas para trabalhar em campo e cria softwares personalizados para reduzir o risco de desastres. Ele tem experiência em desenvolvimento de softwares livres e aprendizado de máquina e atua como pesquisador da Queen Mary University do London's Centre for Digital Music. Seu site pode ser encontrado [aqui](#).

O OpenStreetMap é um banco de dados de mapas construído com um modelo de colaboração e copyleft que muitos reconhecem por causa da Wikipédia. Ele fornece alguns dos mapas mais detalhados disponíveis para acesso público, especialmente para muitos países em desenvolvimento.

Quando o tufão Haiyan atingiu as Filipinas em 2013, um grupo de mapeadores voluntários se reuniu para mapear e validar os danos provocados na área. Ele foi coordenado pela Equipe Humanitária do OpenStreetMap (HOT, da sigla em inglês), que responde a incidentes humanitários convocando voluntários para mapear áreas afetadas de forma rápida. O trabalho combina validação humana com análises automatizadas para obter resultados que são usados por organizações como Cruz Vermelha e Médicos Sem Fronteiras para orientar as equipes presentes no local dos acontecimentos.

A HOT mantém uma rede de voluntários coordenados através de uma lista de discussão e de outros meios. Vinte e quatro horas antes de o tufão atingir os locais afetados, os membros discutiram as áreas suscetíveis de serem atingidas e avaliaram a qualidade dos dados existentes, preparando-se para uma resposta rápida.

Quando o tufão atingiu as Filipinas e foi confirmado como um "incidente humanitário", a equipe da HOT convocou sua rede de voluntários para contribuir com o mapeamento da área, incluindo prioridades de mapeamento específicas solicitadas por agências de ajuda humanitária. Havia dois objetivos principais: o primeiro era fornecer um mapa geral detalhado de áreas povoadas e estradas; e o segundo era obter uma noção de como estava a situação no local após o desastre. Onde havia edifícios danificados ou destruídos? Quais pontes haviam caído?

O trabalho foi coordenado e priorizado através do Gerenciador de Tarefas da HOT (foto abaixo), uma plataforma multitarefa para a elaboração de mapas. Ele permite que os administradores da HOT especifiquem uma série de tarefas a serem

executadas - como mapear as estradas e edifícios dentro de uma área definida - e divide cada tarefa em pequenos quadrados, cada um deles gerenciável por um mapeador voluntário a partir de imagens aéreas.

OSM Tasking Manager You are mclid

Typhoon Haiyan - Panay Island Eastern Side Initial Mapping

Description Workflow **Task** Users Stats

1. Open the area in your favorite editing tool.

[JOSM](#) [Potlatch 2](#) [Walking Papers](#) [iD](#)

Links to .osm and .gpz files.

None

2. Trace the elements.

Comments made by contributors who previously worked on this task:

#uniHD
— geo-mapper2013

Invalidate: missing buildings and small lakes/paths
— Papa Schlumpf

See the [changesets](#) for this area.

3. Add a comment and mark the task as done.

Comment

[Mark task as done](#)

Total (822) Done (503) Validated (505) Curr. worked on (1)

Durante a resposta ao Haiyan, mais de 1.500 mapeadores contribuíram, com até 100 deles usando o gerenciador de tarefas ao mesmo tempo. Dividir cada tarefa foi crucial para fazer melhor uso desses esforços combinados.

Depois de reivindicar uma tarefa, um usuário edita sua área do OpenStreetMap e então pode marcar seu quadrado de tarefa como "concluída" (os quadrados vermelhos na foto). No entanto, o gerenciador de tarefas requer que uma segunda pessoa, mais experiente, examine o trabalho feito antes que o item possa ser marcado como "validado" (verde). Se a tarefa não tiver sido feita corretamente, o status de "concluída" é removido pela segunda pessoa. Os mapeadores podem deixar comentários na página da tarefa, explicando razões para invalidá-la ou destacando quaisquer problemas encontrados no mapeamento.

Imagens aéreas são cruciais para permitir que os "mapeadores de poltrona" contribuam remotamente traçando estradas, edifícios e outras infraestruturas. A Microsoft fornece imagens globais do Bing para uso dos editores do OpenStreetMap e elas foram utilizadas durante o Tufão Haiyan.

Representantes da HOT também entraram em contato com agências e empresas como a NASA, a USGS e a DigitalGlobe para obter imagens aéreas de alta resolução. Quando elas ficaram disponíveis, a equipe da HOT criou novos postos de trabalho no gerenciador de tarefas, pedindo aos voluntários para validar mais e melhorar o

mapa das Filipinas usado como base.

O Gerenciador de Tarefas é a etapa de validação mais visível, mas o ecossistema do OpenStreetMap também apresenta muita validação automática (orientada por máquinas). Softwares de edição de mapas ("JOSM") validam automaticamente as edições de um usuário antes do upload, alertando sobre dados improváveis, tais como edifícios sobrepostos ou rios que se cruzam sem se encontrar.

Outras ferramentas automatizadas verificam regularmente o banco de dados do OpenStreetMap e destacam possíveis problemas. Cartógrafos experientes muitas vezes as utilizam para pós-moderação: eles podem corrigir ou reverter edições problemáticas ou entrar em contato diretamente com o usuário.

Esse fluxo de trabalho (combinado com uma coordenação permanente e comunicação via listas de e-mail, blogs e wikis) fornece uma estrutura de validação adicional em relação ao modelo do OpenStreetMap, que é de uma comunidade gerenciada por pessoas.

O modelo permanece extremamente aberto, sem pré-moderação e com uma hierarquia semiformal de validadores; no entanto, ele produz rapidamente mapas altamente detalhados que são muito valiosos para as agências internacionais de ajuda humanitária.

Já que os dados estão abertos, as agências que respondiam às necessidades no período que se seguiu ao Tufão Haiyan foram capazes de usá-los de muitas maneiras diferentes: elas os imprimiram como mapas; fizeram download para unidades SatNav de equipes de resposta; os usaram para localizar centros populacionais como vilas e aldeias; e os analisaram para compreender os padrões de surto de doenças.

Esses dados do mapa, atualizados rapidamente, também podem ser usados por jornalistas com algum conhecimento de dados geográficos; por exemplo, para fornecer informações contextuais geolocalizadas sobre dados vindos de outras fontes, como o Twitter, para ajudar a validar relatos sobre impactos em diferentes áreas ou para produzir infográficos sobre o impacto e a propagação de um desastre.

Capítulo 8

Preparando-se para a cobertura de desastres



Sarah Knight é a diretora de conteúdo regional da rede de rádios públicas [ABC Local Radio](#) na Austrália. Em seus 25 anos na Australian Broadcasting Corporation (ABC), Sarah foi responsável pela cobertura de diversas emergências para a Local Radio, incluindo os incêndios em Roleystone Kelmscott e no Margaret River em 2011 e o ciclone tropical Rusty em 2013, entre muitas outras. Ela tem sido uma das líderes no treinamento em práticas de cobertura de emergências dentro da organização. Knight é responsável por equipes em seis estações de rádio no oeste da Austrália, desde o sul, que é propenso a incêndios e inundações, ao norte, onde costumam ocorrer ciclones, incêndios e inundações.

Veículos de comunicação tradicionalmente têm tido dois papéis básicos durante uma situação de crise. O primeiro é proporcionar às pessoas as informações de que precisam para reagir a um evento. Essas informações devem ser claras, oportunas e inequívocas. Muitas vezes, elas vêm diretamente de órgãos do governo, exército, bombeiros, polícia ou outra fonte oficial.

O segundo papel é o que as redações praticam (ou deveriam praticar) todos os dias: compartilhar informações críticas de forma justa e sem parcialidade ou preconceitos.

Hoje em dia, existe também uma terceira função. As pessoas hoje muitas vezes ficam sabendo sobre a ameaça de um desastre natural ou outro tipo de emergência através das redes sociais. Em vez de serem os primeiros a informar as pessoas sobre um acontecimento do tipo, redações jornalísticas e outras organizações frequentemente se encontram agindo como uma segunda fonte crítica de verificação; um filtro que separa informações valiosas dos ruídos de comunicação e boatos.

A preparação é a chave para obter informações precisas para as pessoas que delas necessitam e para garantir que você não transmita informações falsas acidentalmente.

O que você pode fazer para se certificar de obter as informações de que precisa para manter as pessoas seguras e ser a fonte confiável durante momentos de caos e confusão? Neste capítulo, veremos algumas maneiras simples de se preparar para oferecer informações rápidas e de qualidade durante uma emergência.

Princípios de preparação

A primeira coisa a decidir é que papel informativo sua empresa vai exercer. Você vai fazer reportagens e/ou ajudar a comunidade com emissão de alertas e conselhos imediatos? A Australian Broadcasting Corporation separa os dois papéis. Nossas

reportagens e programas nas emissoras da Local Radio, e até certo ponto o nosso canal de notícias 24 horas, o News24, emitem alertas e conselhos oficiais e exibem reportagens mais completas posteriormente.

As políticas da ABC determinam que a difusão em casos de emergência consiste em transmitir avisos formais e oficiais relacionados a um acontecimento e informações fornecidas por outras fontes, incluindo chamadas de ouvintes e mídias sociais e o que chamamos de "recovery broadcasting", que consiste na transmissão de histórias humanas, de pessoas comuns, com o objetivo de ajudá-las a se recuperar.

Informação local

Depois de definir os papéis, o próximo passo é armar sua equipe com as informações locais de que precisam para responder rapidamente e para entender as implicações de uma possível ameaça. Isso significa analisar que tipos de situações de emergência podem ocorrer em sua região e se preparar para elas.

Algumas perguntas a considerar:

- Quais são os desastres naturais mais comuns em sua região?
- Que tipo de crime ou emergência costuma ocorrer?
- Quais são as estruturas críticas na área (estradas, pontes etc.)?
- Há agências do governo ou instalações militares que poderiam ser alvos de ataques?
- Quais são as estradas e outros elementos de infraestrutura mais arriscados, que frequentemente são cenários de incidentes?
- Que bairros/regiões são preferidos por gangues, grupos rebeldes etc.?

Agora que você já identificou algumas das situações mais prováveis, comece a construir uma lista de fontes confiáveis - tanto oficiais quanto não-oficiais - que terão informações importantes e úteis.

Isso inclui socorristas (eles estão no Twitter? E no Facebook? Você pode montar uma lista com os perfis para tê-la pronta quando necessário?), bem como especialistas locais em universidades, ONGs e órgãos do governo, além dos responsáveis por comunicação em importantes agências, empresas e outras organizações.

Reúna números de telefone, contas de Twitter e Facebook e coloque tudo em um formato único e acessível, seja um banco de dados, planilha compartilhada ou outra forma que preferir. Organize seus contatos de acordo com o tipo de situação em que eles podem ser mais úteis.

Construindo relacionamentos

Todo jornalista ou trabalhador de ajuda humanitária precisa de contatos. Mas isso não significa apenas números de telefone e outros detalhes - é preciso construir relacionamentos. Fontes confiáveis para as quais você pode ligar para obter informações de qualidade. Fontes que confiam em você.

Essa confiança não vai se desenvolver instantaneamente durante uma emergência. Você precisa ser proativo. Se possível, encontre suas fontes cara a cara. Convide-as para conhecer sua redação, escritório ou outras instalações. Mostre a elas o que você faz com as informações que elas fornecem. Explique como você irá ajudar a fazer a mensagem chegar até as pessoas que dela necessitam. Tire um tempo para

visitá-las e ver como elas trabalham durante uma emergência. Entenda os processos e as pressões sobre elas. Conhecer suas fontes pessoalmente vai lhe ajudar a ter prioridade quando elas estiverem ocupadas lidando com várias solicitações.

Além das relações com pessoas-chave em serviços que atendem a emergências e outras organizações/agências, dê atenção ao relacionamento com o seu público.

Será que eles sabem que você vai fornecer informações rapidamente? Será que eles sabem quando eles provavelmente vão ouvir ou ver essa informação? Será que sabem quais os serviços que você oferece - e não oferece - durante uma emergência?

Para redações, pautas produzidas são uma forma de comunicar a mensagem de que você vai ser uma fonte de informações que podem ajudar a população. Por exemplo, na ABC publicamos matérias que [dão uma ideia de como a próxima época de incêndios vai ser](#), além de [guias para montar um kit de sobrevivência em emergências](#). Esse tipo de conteúdo pode ser oferecido por redações jornalísticas, agências de ajuda humanitária e outras organizações, e ajuda a dar uma ideia de como você pode ser útil para o público.

Também é importante estimular o fluxo de informações no outro sentido. Seu público será uma valiosa fonte de informação durante uma emergência. Incentive os cidadãos a ligar, mandar e-mails ou enviar SMS com informações. Isso pode começar com situações cotidianas como engarrafamentos, fotos das condições meteorológicas, entre outras coisas.

Treinando a equipe

Na ABC, nós começamos com um Plano de Transmissão em Emergências. Nesse plano há instruções claras sobre como tratar avisos oficiais no ar, além de informações como mapas de cobertura de transmissão, para certificar-se de que as advertências cheguem às pessoas afetadas.

Também faz parte desse plano uma série de informações que os âncoras podem usar no ar para ajudar as pessoas, vindas de várias agências de gestão de emergências. Por exemplo: "encha sua banheira com água para que você possa usá-la para apagar incêndios no local, se a pressão da água cair", ou "aperte todas as telas de segurança contra ciclones. Bloqueie janelas expostas usando tábuas ou fitas isolantes resistentes."

Parte de sua preparação também deve incluir compilar recomendações que podem ser oferecidas ao público quando ocorre uma catástrofe. Isso pode ser coletado quando você entrar em contato com suas fontes com antecedência.

Certifique-se de criar processos internos que exigem se reconectar com as fontes para garantir que essas informações sejam atuais. Essa atualização pode ser programada, caso sua região seja propensa a situações de emergência relacionadas com o clima.

No norte da Austrália, por exemplo, os ciclones são uma grande preocupação. Eles também são relativamente previsíveis, já que há uma estação em que a ocorrência deles é mais provável. Antes dessa temporada, nossos planos locais são atualizados e as agências de atendimento a emergências são contactadas para que possamos verificar se as informações e os contatos ainda estão corretos. Os funcionários se

reúnem para executar todos os procedimentos em pequenos grupos.

Isso não só garante que as informações contidas no plano sejam atuais, mas também ajuda a restabelecer os relacionamentos com fontes que possam ter sido negligenciados durante um período mais calmo.

Uma ferramenta que nós achamos útil ao treinar funcionários são hipóteses com base nas experiências anteriores. As hipóteses forçam a equipe a pensar o que fariam nesse cenário e às vezes podem levar a grandes discussões sobre as melhores práticas. Tecnologia e ferramentas mudam rapidamente, então esta pode ser uma ótima maneira de garantir que vocês estejam atualizados.

Nós lançamos essas hipóteses em diferentes níveis, por exemplo:

- O que fazer quando um evento climático catastrófico é previsto?
- O que você faz quando é convidado a evacuar o estúdio?
- E se você está no seu turno de trabalho normal e chega um alerta?

A saúde e a segurança no trabalho são preocupações centrais. Certifique-se de que sua equipe tenha a formação adequada para estar em zonas perigosas. Na Austrália, por exemplo, as autoridades de incêndio e de emergência realizam sessões de formação para os meios de comunicação sobre como transmitir notícias a partir de zonas de incêndio; funcionários não são enviados para tais locais sem concluir o treinamento.

Agências de atendimento a emergências muitas vezes executam sessões de treinamento de mídia para jornalistas - sobre os perigos de ir até locais de incêndios, por exemplo. Isso pode ser especialmente importante se apenas jornalistas credenciados com essa formação forem capazes de passar por barreiras para relatar a história. Além disso, o treinamento em si é outra maneira de o jornalista fazer contatos dentro da organização de emergência e começar a construir confiança. Para as organizações de ajuda humanitária, treinar a equipe é especialmente importante, pois eles podem permanecer no local dos acontecimentos por longos períodos de tempo.

Por fim, não negligencie os novos membros de sua equipe. Temos uma política de treinar o pessoal sobre os procedimentos para noticiar emergências em até duas semanas depois da sua entrada na empresa. Emergências infelizmente não esperam por uma sessão de treinamento anual!

Comunicação interna

Não basta ter vias de comunicação rápida com as partes interessadas externas. Você também precisa elaborar um fluxo de trabalho e comunicação para você e seus colegas trabalharem juntos.

Algumas questões importantes a considerar e a responder incluem:

- Como você vai comunicar o que está fazendo ao resto da empresa?
- Quem é o encarregado de tomar as decisões finais sobre o que é compartilhado/publicado/transmitido?
- Existe um paywall (cobrança pelo acesso a edições digitais) que precisa ser desativado durante uma emergência?
- Vocês vão ter uma seção específica no site?

- O que a sua equipe de suporte técnico precisa saber/fazer? E quanto aos seus desenvolvedores de sites? E os editores de redes sociais?
- Seus transmissores e outras infraestruturas importantes estão seguros?

Na ABC, desenvolvemos um Relatório de Situação que é distribuído amplamente, através do nosso sistema de e-mails, quando há uma emergência significativa. Isso garante que todos tenham uma ideia da ameaça e da resposta da ABC e de quem está gerindo a situação de emergência internamente.

O "Sitrep" é uma ferramenta útil não apenas para se comunicar internamente, mas também como uma lista de verificação para os gestores quando existe o perigo de paralisia devido à sobrecarga de informação.¹

²Para saber mais sobre isso, consulte a publicação "The Checklist Manifesto", por Atul Gawande

Grupos de distribuição por e-mail com as pessoas-chave das equipes em cada Estado foram criados e são mantidos regularmente para facilitar a distribuição. Você também pode usar listas de envio de SMS e outras formas de compartilhamento de informações com seus funcionários. Nós usamos o Whispir, uma ferramenta interna de e-mail/texto que pode emitir alertas de emergência para notícias de última hora.

Durante uma grande emergência, como os recentes incêndios florestais de New South Wales, pedimos ao resto da rede para não entrar em contato com a equipe que está lidando com a situação para pedir entrevistas sobre o acontecimento. Pedimos também que as equipes de fora da área afetada não liguem para as autoridades de emergência, para que elas não fiquem sobrecarregadas. Às vezes alocamos alguém para lidar especificamente com os pedidos de fora, para que nossa equipe possa se dedicar a oferecer informações úteis para as pessoas sob ameaça.

Quando se trata de verificação, o fator-chave para se comunicar é o fluxo de trabalho de acordo com o qual as informações serão reunidas, verificadas e depois aprovadas ou negadas para publicação. Quem faz a verificação e quem revisa esse trabalho? Como você garante que cada parte do conteúdo seja analisada por muitos olhos ao mesmo tempo em que consegue avançar rapidamente e transmitir informações importantes?

Broadcasting de recuperação

Os veículos de comunicação sempre querem cobrir e responder a uma emergência durante o auge do desastre, mas as comunidades afetadas podem levar muitos meses ou anos para se recuperar. As redações devem se planejar para ir a esses lugares depois do acontecimento para apoiar as comunidades com informações que eles possam usar. Essa questão não é tanto um problema para organizações de ajuda humanitária, que costumam encarar esse aspecto com prioridade.

Estar lá durante esse momento pode construir a confiança em relação à organização. Uma das queixas mais comuns nas situações posteriores a uma emergência é sobre um sentimento de abandono.

Você também precisa ajudar na recuperação de sua equipe. Uma conversa ("debrief") após a emergência é essencial para permitir que as pessoas desabafem e

para certificar-se de que você entendeu o que aconteceu, a fim de melhorar o seu serviço na próxima vez. Não tenha dúvida: haverá uma próxima vez.

Os membros da equipe também devem receber atenção individual. Muitas vezes, esses acontecimentos podem ser traumáticos, e não apenas para aqueles que vão fisicamente à zona do desastre. Os funcionários podem ter sido afetados pessoalmente, com membros da família em risco, por exemplo.

Depois dos incêndios florestais "Black Saturday" que aconteceram em Victoria, na Austrália, em 2009, muitos funcionários relataram sentir-se impotentes após receber inúmeros telefonemas de pessoas desesperadas que viviam nas zonas de incêndio. Anos depois das inundações de Queensland de 2011, a equipe que "aguentou firme" relatou sintomas de estresse pós-traumático. É importante que a equipe e os gerentes reconheçam os sintomas de estresse no local de trabalho e tenham as ferramentas ou recursos à mão para ajudar.

Você pode cobrir uma emergência sem preparação, mas a sua cobertura será mais eficaz e menos estressante para a equipe se você criar um plano, desenvolver relacionamentos com as partes interessadas, estabelecer os caminhos de comunicação dentro de sua organização e assegurar o bem-estar do pessoal através de treinamento, oferecendo apoio durante um evento emergencial e tendo conversas eficazes posteriormente.

Dica para as organizações de ajuda

As organizações de ajuda humanitária precisam considerar o público-alvo das informações. Seu objetivo é obter informações e fornecê-las para seu pessoal presente no local, para direcionar seus esforços? Você está oferecendo informações para a mídia ou para o governo? Você está se comunicando diretamente com o público por meio das redes sociais?

Lembre-se que se você não disser às pessoas o que a sua organização está fazendo... quem vai dizer? Alguém vai, e essa pessoa pode não ser muito específica. Certifique-se de que não haja um vácuo de informação.

-
1. http://www.cjr.org/behind_the_news/is_this_the_worlds_best_twitter_account.php?page=all↵
 2. http://www.cjr.org/behind_the_news/is_this_the_worlds_best_twitter_account.php?page=all↵

Estudo de caso 8.1

Como a NHK News aprendeu com a cobertura do terremoto de 2011 no Japão



Takashi Ôtsuki é o vice-diretor do Centro de Meteorologia e Desastres no [NHK News](#), onde é responsável pela preparação prévia e cobertura de desastres em grande escala. Anteriormente, ele trabalhou nas unidades regionais do NHK, nos departamentos TV News e City News, cobrindo vários tipos de desastres naturais, incluindo a erupção do Monte Oyama na Ilha Miyake e do Monte Usu no norte do Japão, e o terremoto izmit de 1999 na Turquia.

Quando um terremoto atingiu o Japão na tarde de 11 de março de 2011, a NHK, única emissora pública do país, estava transmitindo um debate ao vivo no seu canal principal.

A Agência Meteorológica do Japão (JMA, do inglês) emitiu um alerta 30 segundos depois de que o terremoto foi detectado e a NHK reagiu imediatamente inserindo a imagem de um mapa (ver abaixo) que mostrava o epicentro do terremoto e indicava áreas onde poderia haver tremores. O gráfico também era acompanhado por um aviso sonoro. A JMA emite alertas e avisos baseados em dados de sismógrafos colocados por todo o Japão.

Um minuto depois do alerta da JMA, todos os programas de TV e rádio da NHK mudaram para a cobertura ao vivo, direto do estúdio, sobre o terremoto e o alerta de tsunami relacionado a ele.



A NHK trabalha em estreita colaboração com a JMA para garantir um alto padrão de prevenção de catástrofes e de rápida comunicação dos acontecimentos. A NHK desenvolveu um sistema que nos permite criar gráficos rapidamente e produzir automaticamente os scripts de notícias para a equipe no ar. Também realizamos treinamentos todos os dias, depois da meia-noite, quando não há programas sendo veiculados. Isso ocorre porque estamos constantemente monitorando e falando sobre terremotos. Esse compromisso com o preparo para catástrofes fez com que fôssemos capazes de começar a cobertura ao vivo logo após a detecção do terremoto.

A preparação para desastres na NHK não se baseia apenas nos alertas da JMA. Nós também operamos e monitoramos filmagens de 500 câmeras-robô instaladas nas grandes cidades, em zonas costeiras e ao redor de usinas nucleares. Isso nos proporciona uma incrível quantidade de imagens ao vivo em caso de desastres. Por exemplo, durante o terremoto, uma câmera capturou uma onda tsunami 30 minutos depois que o tremor foi detectado (mostrado abaixo).



Além das câmeras, a NHK usou imagens aéreas captadas a partir de helicópteros para mostrar os efeitos do terremoto e do tsunami. Assim, fomos capazes de transmitir ao vivo imagens inesquecíveis de um tsunami destruindo casas em Sendai apenas uma hora depois do terremoto (veja abaixo).

Em 2014, teremos 15 helicópteros estacionados em 12 locais ao redor do Japão. Isso irá nos permitir alcançar e transmitir a partir de qualquer local do país dentro de uma hora.



A NHK também fez um esforço para levar a cobertura do terremoto a diferentes

plataformas. Transmissões de televisão e rádio ao vivo foram emitidas por meio de plataformas como Ustream e Niconico Live. Recebemos muitos pedidos de pessoas que procuravam informações sobre a segurança de seus entes queridos. Para fazer isso em escala, a NHK colocou todas as informações que possuíamos no [Google Person Finder](#), que "ajuda as pessoas a se reconectar com amigos e entes queridos após desastres naturais e humanitários".



Adaptação e melhoria

Após o terremoto, a NHK adaptou nossa abordagem de cobertura de desastres para melhorar as áreas de fraqueza e aprimorar o que já fazíamos. Aqui estão cinco novas iniciativas que lançamos:

1 . Melhoramos as reportagens sobre desastres para garantir que possam ser entendidas tanto visualmente quanto auditivamente. Antes, nossas coberturas enfatizavam uma abordagem factual focada principalmente em comunicar os detalhes de um terremoto, como seu epicentro, a altura esperada de um tsunami etc. Hoje, no caso de uma grande emergência, um apresentador irá pedir imediatamente aos telespectadores para evacuar os locais onde estejam, quando necessário. Os repórteres também enfatizam a necessidade de fazer essa saída com calma, de modo a não causar pânico. Além disso, usamos uma arte que pode aparecer sempre que há uma chamada para a evacuação imediata (veja abaixo). Isso garante que as pessoas com deficiência auditiva recebam a informação essencial.

東日本大震災クラスの巨大津波 直ちに避難



2 . Na sequência do terremoto de 2011, muitos veículos de comunicação se basearam em comunicados de imprensa do governo e da empresa de fornecimento energético para relatar a situação das usinas nucleares. Isso foi, em parte, resultado de um acesso limitado às plantas nucleares e significou que não fomos capazes de verificar as informações de forma independente. Para se preparar melhor e garantir que possamos apresentar informações oficiais em um contexto mais preciso, agora formamos jornalistas em temas científicos e especializados. Também procuramos e apresentamos as opiniões de vários especialistas e mostramos previsões do impacto de um terremoto e de quaisquer acidentes em usinas nucleares.

3 . Pessoas em áreas afetadas por desastres usaram as redes sociais para se conectar com jornais, rádios locais e umas com as outras. Para garantir que nossos repórteres usem as mídias sociais de forma eficaz ao cobrir um desastre, a NHK desenvolveu novas diretrizes que fornecem protocolos para lidar com conteúdos gerados pelos usuários, tais como a inclusão de advertências relacionadas com o nível de verificação que pudemos aplicar a uma determinada informação. As diretrizes também incluem conselhos sobre como identificar informações falsas.

Além disso, estabelecemos uma equipe de "Escuta Social" que se concentra no monitoramento e verificação de mídias sociais. A equipe (mostrada abaixo) faz uso pesado de listas do Twitter para pré-estabelecer uma rede de fontes confiáveis para um melhor acompanhamento e verificação dos fatos quando algo acontece.



4 . A NHK desenvolveu sua própria plataforma de conteúdo gerado pelos usuários, a NHK ScoopBox. A plataforma reúne detalhes pessoais e localização de quem envia um conteúdo, tornando mais fácil entrar em contato diretamente com a pessoa e confirmar as informações. Quando um tornado atingiu a região de Kanto em setembro de 2013, a ScoopBox nos permitiu identificar a fonte e verificar 14 itens de conteúdo gerado por usuários, que foram usados em transmissões nacionais e locais.

5 . No período posterior ao terremoto, perdemos as imagens de várias de nossas câmeras-robô depois que uma falta de energia atingiu áreas afetadas pelo tsunami. Devido à extensão dos danos e às restrições de segurança em Fukushima, equipes da NHK foram incapazes de recarregar as câmeras. Para evitar isso no futuro, desenvolvemos um sistema para gerar energia através de energia eólica e solar e armazená-la de forma mais segura nas câmeras-robô. (Veja abaixo imagens que mostram uma câmera da NHK e os painéis solares que ajudam a mantê-la funcionando.)



Capítulo 9

Criando um processo e uma checklist de verificação



Craig Silverman é um jornalista empreendedor e fundador e editor do [Regret the Error](#), um blog do Poynter Institute sobre erros da mídia, precisão e verificação de informações. Ele também desenvolveu um [curso](#) sobre checagem de dados na era digital para a Poynter News University. Além disso, Craig Silverman atua como diretor de conteúdo da [Spundge](#), uma plataforma que permite aos profissionais crescer e monetizar seus conhecimentos através de conteúdo. Anteriormente, Silverman ajudou a lançar a OpenFile, uma startup de notícias online que publicava reportagens locais em seis cidades canadenses. Ele é o autor de "Regret The Error: How Media Mistakes Pollute the Press and Imperil Free Speech" ("Lamente o erro: Como erros da mídia poluem a imprensa e põem em risco a liberdade de expressão", em tradução livre) e seu trabalho foi reconhecido por instituições como U.S. National Press Club, Mirror Awards, Crime Writers of Canada e National Magazine Awards (Canadá). Seu Twitter é [@craigsilverman](#).



Rina Tsubaki lidera e administra as iniciativas "[Verification Handbook](#)" e "[Emergency Journalism](#)" no [European Journalism Centre](#) na Holanda. Emergency Journalism reúne recursos para profissionais de mídia e comunicação que noticiam sobre situações voláteis na era digital, e Tsubaki tem falado com frequência sobre esses tópicos em vários eventos, incluindo uma reunião da ONU e o Festival Internacional de Jornalismo. Anteriormente, ela gerenciou vários projetos com foco no papel dos cidadãos no cenário em transformação da mídia, e em 2011 ela foi a principal colaboradora do [Internews Europe's report](#) sobre o papel da comunicação durante o terremoto que ocorreu em março daquele ano no Japão. Ela também colaborou com o Hokkaido Shimbun, um jornal diário regional japonês. O Twitter dela é [@wildflyingpanda](#).

Fundamentos da verificação

- Estabeleça um plano e procedimentos para verificação antes que ocorram desastres e notícias de última hora.
- Verificação é um processo e pode variar de acordo com cada fato.
- Verifique a fonte e o conteúdo que ela fornece.
- Nunca reproduza diretamente ou confie em fontes, sejam elas testemunhas, vítimas ou autoridades. Relatos em primeira mão podem ser imprecisos ou manipuladores, alimentados pela emoção ou moldados por falhas de memória ou perspectivas limitadas.
- Desafie as fontes, perguntando "como você sabe disso?" e "de que outra forma você sabe disso?"
- Triangule o que elas afirmam com outras fontes confiáveis , incluindo

- documentação, tais como fotos e gravações de áudio/vídeo.
- Pergunte a si mesmo: "eu sei o suficiente para verificá-lo?" Você tem conhecimento suficiente sobre os temas que exigem a compreensão de complexidades étnicas, religiosas e culturais?
 - Trabalhe em conjunto com sua equipe e com especialistas; não faça tudo sozinho.

Verificando conteúdo gerados pelo usuários

- Parta do pressuposto de que o conteúdo é impreciso ou foi remendado, cortado, editado, duplicado e/ou reenviado sob um contexto diferente.
- Siga estes passos ao verificar conteúdo gerado pelos usuários (UGC):
 1. Identifique e verifique a fonte original e o conteúdo, incluindo local, data e hora aproximada.
 2. Triangule e desafie a fonte.
 3. Obtenha permissão do(s) autor(es) para utilizar o conteúdo (fotos, vídeos, áudio).
- Sempre colete informações sobre quem enviou o conteúdo e verifique o máximo possível antes de entrar em contato e perguntar diretamente se as pessoas são de fato vítimas, testemunhas ou criadores do conteúdo.

1. Identifique e verifique a fonte original e o conteúdo, incluindo local, data e hora aproximada

Procedência

A primeira etapa da verificação de UGC (conteúdo gerado pelos usuários) é identificar o conteúdo original, seja ele um tweet, imagem, vídeo, mensagem de texto etc. Algumas perguntas para começar:

- Você pode encontrar o mesmo conteúdo/mensagem ou similar em outro lugar online?
- Quando a primeira versão dele foi carregada/filmada/compartilhada?
- Você consegue identificar o local? O conteúdo está geolocalizado?
- Existem sites linkados a partir dele?
- Você consegue identificar a pessoa que compartilhou/enviou o UGC e contactá-la para obter mais informações? (Consulte a seção "Fonte" abaixo.)

Ao lidar com imagens e vídeos, use o Google Image Search ou o TinEye para realizar uma busca reversa da imagem/vídeo. Se vários links para a mesma imagem aparecerem, clique em "Ver outros tamanhos" para encontrar a mais alta resolução/tamanho disponível, que normalmente é a imagem original.

Para verificar a procedência de imagens:

- Use o Google Image Search ou o TinEye para realizar uma busca de imagem reversa. Se vários links para a mesma imagem aparecerem, clique em "Ver outros tamanhos" para encontrar a maior resolução/tamanho, que normalmente é a imagem original.
- Verifique se a imagem tem todos os dados EXIF (metadados). Use um software como o Photoshop ou ferramentas gratuitas como o

Fotoforensics.com ou Findexif.com para ver informações sobre o modelo da câmera, a data e hora da imagem (atenção: os dados podem informar configurações-padrão do fabricante) e as dimensões da imagem original.

- Redes sociais como Twitter, Facebook e Instagram removem a maioria dos metadados. O Flickr é uma exceção. Experimente usar Geofeedia e Ban.jo para identificar os dados de GPS do dispositivo móvel que carregou a imagem.

Para verificar a procedência de vídeos:

- Use siglas, nomes de lugares e outros termos para fazer uma boa pesquisa de palavras-chave em plataformas de compartilhamento de vídeo como YouTube, Vimeo e Youku.
- Use o Google Translate ao lidar com conteúdo em uma língua estrangeira.
- Use o filtro de data para encontrar os primeiros vídeos que correspondem às palavras-chave.
- Use o Google Image Search ou o TinEye para realizar uma busca reversa de miniaturas de vídeo (thumbnail).

Fonte

Depois de identificar o conteúdo original, reúna informações sobre seu(s) autor(es). O objetivo é confirmar se a pessoa por trás da conta é uma fonte confiável. Examine a "pegada digital" de um upload fazendo as seguintes perguntas:

- Você pode confirmar a identidade e o contato da pessoa?
- Você está familiarizado com esta conta? O conteúdo e a reportagem sobre ela se mostraram confiáveis no passado?
- Verifique o histórico do uploader na rede social:
- Quão ativo ele é na conta? Sobre o que ele fala e o que compartilha?
- Que informações biográficas são evidentes na conta? Existem links para outro lugar?
- Que tipo de conteúdo ele havia carregado antes?
- Onde o uploader mora, a julgar pelo histórico da conta?
- Verifique a quem eles estão conectados na rede social:
- Quem são os seus amigos e seguidores?
- Quem eles estão seguindo?
- Com quem eles interagem?
- Eles estão nas listas de mais alguém?
- Tente encontrar outras contas associadas com o mesmo nome/login de usuário em outras redes sociais, a fim de encontrar mais informações:
- Se você encontrar um nome real, use as ferramentas de pesquisa de pessoas (Spokeo, White Pages, Pipl.com e WebMii, por exemplo) para encontrar informações como endereço, e-mail e número de telefone.
- Confira outras redes sociais, como o LinkedIn, para saber mais sobre a experiência profissional da pessoa.
- Confira se a conta do Twitter ou do Facebook é verificada, passando o mouse sobre o "tique" azul. Se a conta houver sido verificada pelo Twitter ou Facebook, um pop-up irá dizer "conta verificada" ou "página verificada".

Ao lidar com imagens e vídeos, adote a perspectiva da pessoa que os registrou. Essas perguntas também funcionam para verificar informações textuais. Faça para si

mesmo as seguintes perguntas sobre a fonte para verificar a sua credibilidade:

- Quem são eles?
- Onde eles estão?
- Quando eles chegaram lá?
- O que viram (e o que é mostrado em sua foto/vídeo)?
- Onde eles se posicionam?
- Por que eles estão lá?

Conecte a atividade deles com quaisquer outras contas online que eles tenham fazendo estas perguntas:

- Pesquise no Twitter ou Facebook qual é o código único do vídeo - existem contas filiadas?
- Existem outras contas - Google Plus, um blog ou site - listadas no perfil de vídeo ou associadas a este upload de alguma outra forma?
- Quais informações existentes nas contas de associados indicam localização recente, atividade, confiabilidade, predisposições ou interesses pessoais relacionados ao tema?
- Há quanto tempo estas contas estão ativas? Quão ativos eles são? (Quanto mais tempo e mais ativos, mais confiáveis eles devem ser.)
- Com quem as contas de redes sociais são relacionadas e o que isso nos diz sobre o uploader?
- Podemos encontrar informações whois de um site afiliado?
- A pessoa está listada em listas telefônicas locais ou em sites como Spokeo, Pipl.com ou WebMii ou no LinkedIn?
- Seus círculos sociais online indicam que eles estão perto do acontecimento/local?

Conteúdo

Data

Verifique a data e a hora aproximadas, particularmente quando se trata de fotos/vídeos:

- Observe as informações sobre o clima no dia e no local onde o evento aconteceu. As condições climáticas são as mesmas das previsões do tempo locais e de outros conteúdos sobre o mesmo acontecimento? Use o Wolfram Alpha para realizar uma pesquisa (por exemplo, "como estava o clima em Londres, Inglaterra, em 20 de janeiro de 2014?").
- Procure em fontes de notícias reportagens sobre os acontecimentos desse dia.
- Usando pesquisas de imagem e vídeo (YouTube, Google, TinEye etc.) veja se conteúdos anteriores do mesmo acontecimento antecedem seu exemplo. (Esteja ciente de que o YouTube determina a data e hora usando o horário padrão do Pacífico a partir do momento em que o envio começa.)
- Para imagens e vídeo, procure quaisquer elementos identificadores que indiquem a data/hora, como relógios, telas de televisão, páginas de jornal etc.

Localização

Outro aspecto crucial da verificação é identificar a localização do conteúdo:

- O conteúdo inclui informações automáticas de geolocalização? (Serviços como Flickr, Picasa e Twitter oferecem a opção de incluir localização, embora isso não seja infalível.)
- Encontre pontos de referência para comparar com as imagens de satélite e fotografias geolocalizadas, tais como:
 - Placas/letreiros em prédios, placas de rua, placas de carro, outdoors etc. Use o Google Translate ou free.orc.com para tradução online.
 - Elementos da paisagem como serras, grupos de árvores, penhascos, rios etc.
 - Edifícios e construções como igrejas, minaretes, estádios, pontes etc.
 - Use a função "fotos" do Google Street View ou Google Maps para verificar se as fotografias geolocalizadas coincidem com a localização da imagem/vídeo.
 - Use o Google Earth para examinar imagens/vídeos mais antigos, já que ele fornece um histórico de imagens de satélite. Use a visão de terreno do Google Earth.
 - Use Wikimapia, a versão "crowdsourced" do Google Maps, para identificar pontos de referência.
 - Use condições meteorológicas, tais como luz do sol ou sombras, para determinar o horário aproximado. Use o Wolfram Alpha para pesquisar previsões do tempo em um lugar e horário específicos.
 - Placas de veículos.
 - Roupas.

Para vídeos:

- Examine o(s) idioma(s) falado(s) no vídeo. Verifique se sotaques e dialetos correspondem à localização geográfica. Lembre-se que o Google Translate não oferece traduções corretas para alguns idiomas. Peça ajuda a pessoas que falam a língua.
- As descrições de vídeo são consistentes e se originam predominantemente de algum local específico?
- Os vídeos têm data?
- Caso os vídeos em uma conta usem um logotipo, ele é o mesmo em todos vídeos? Está de acordo com o avatar na conta do YouTube ou Vimeo?
- O uploader "raspa" (faz remendos/cortes) vídeos de veículos de comunicação e outras contas do YouTube ou só faz upload de conteúdos gerados pelo usuário?
- O uploader escreve usando uma gíria ou dialeto identificável na narração do vídeo?
- Os vídeos nesta conta têm uma qualidade consistente? (No YouTube, vá para Configurações e depois Qualidade para determinar a melhor qualidade disponível.)
- As descrições de vídeo têm extensões de arquivo como .AVI ou .MP4 no título? Isto pode indicar que o vídeo foi carregado diretamente de um dispositivo.
- A descrição de um vídeo no YouTube diz "Enviado via Captura do YouTube"? Isso pode indicar que o vídeo foi filmado em um smartphone.

2. Triangule e desafie a fonte

Depois de seguir os passos acima, pergunte a si mesmo:

- As imagens/vídeos/conteúdo fazem sentido dado o contexto em que foram registrados?

- Alguma coisa aparenta estar fora do lugar?
- Algum dos detalhes da fonte ou respostas para as minhas perguntas não batem?
- Algum veículo de comunicação distribuiu imagens/vídeos semelhantes?
- Existe algo no Snopes relacionado a isso?
- Alguma coisa parece estranha ou boa demais para ser verdade?

Quando entrar em contato com a fonte, faça perguntas diretas e compare as respostas com informações que você obteve através de sua própria investigação. Certifique-se de que as respostas deles correspondem às suas descobertas.

Para imagens:

- Ao fazer as perguntas, reflita sobre o que você sabe a partir dos dados EXIF e/ou informações de geolocalização de ferramentas como Google Street View e Google Maps.
- Peça-lhes para enviar outras imagens que tenham sido tiradas antes e depois da imagem em questão.
- Se a imagem for de um local perigoso, verifique sempre se a pessoa pode falar com você em segurança.

Para vídeos:

- Se você tiver dúvidas sobre a construção do vídeo, use softwares de edição como o VLC media player (gratuito), Avidemux (gratuito) ou Vegas Pro (pago) para dividir um vídeo em quadros.

3. Obtenha permissão do autor para utilizar o conteúdo

Leis de direitos autorais variam de país para país e os termos de uso são diferentes de serviço para serviço. Obter permissão para usar imagens, vídeos e outros conteúdos é essencial.

Ao procurar permissão:

1. Seja claro sobre qual imagem/vídeo que você deseja usar.
2. Explique como o conteúdo será usado.
3. Esclareça como a pessoa deseja ser creditada. Ela prefere que você use um nome real, um nome de usuário ou que a credite anonimamente?
4. Considere quaisquer consequências de utilizar o conteúdo e/ou o nome da pessoa. É necessário desfocar os rostos por razões de segurança e privacidade? Será que a pessoa que produziu ou enviou o conteúdo pode ser colocada em perigo se você a creditar com seu nome real?

Preparando-se para uma verificação de sucesso em desastres e situações de notícias de última hora

Aqui estão algumas dicas para criar um melhor processo de verificação:

1 . Construa e mantenha uma rede de fontes confiáveis

- Crie uma lista de fontes confiáveis incluindo oficiais e não oficiais, como socorristas, especialistas acadêmicos, ONGs, órgãos governamentais etc.

Reúna em um banco de dados/planilha compartilhada não somente as contas de redes sociais, mas também números de telefone e e-mails.

- Crie listas de Twitter organizadas em grupos lógicos com base em tópicos ou localização geográfica. Encontre as fontes confiáveis através de pesquisas avançadas no Twitter e seguindo hashtags específicas. Você também pode usar as listas de interesse do Facebook e círculos do Google Plus, assinar os canais do YouTube e criar listas de reprodução.
- Nunca trate aqueles com quem você se depara em redes sociais como apenas fontes. Trate-os como seres humanos e se envolva. Eles são seus colegas.
- No meio da multidão, há fontes confiáveis que desenvolveram, seja profissionalmente ou não-profissionalmente, experiência em uma área temática específica. Há também fontes em um local específico.
- Construa a confiança usando redes sociais e conhecendo as pessoas pessoalmente. Peça-lhes para recomendar e/ou ajudá-lo a verificar as fontes. Ao interagir com elas, você vai aprender quais são seus pontos fortes, pontos fracos, preconceitos e outros fatores.

2 . Identifique o papel que você/sua organização vai desempenhar no momento e quaisquer possíveis situações de catástrofes

- Identifique o seu papel na comunicação de desastres.
- Determine como você deve se comunicar de modo eficaz em caso de emergência.
- Pense sobre quem você quer se comunicar, quais são as informações úteis para esses grupos-alvo e o tipo de linguagem que você deve usar para aconselhá-los.
- Estruture sua comunicação interna e externa.

3 . Treine, converse e apóie sua equipe e seus colegas

- Estabeleça o conjunto de ferramentas, fluxo de trabalho e procedimentos de comunicação para usar em situações de catástrofes.
- Forneça treinamento situacional, especialmente para aqueles que vivem na área onde se espera que certos tipos de desastres aconteçam.
- Forneça para sua equipe a possibilidade de participar em programas de treinamento sobre desastres oferecidos pelos serviços de emergência.
- Prepare scripts/mensagens que serão usados em situações específicas de desastre.
- Planeje contatos regulares com as principais fontes para assegurar que suas informações de contato estejam atualizadas.
- Converse com sua equipe após a cobertura e ajuste seus planos de emergência e treinamento para adaptar-se a novos aprendizados.
- Não subestime "traumas" e "estresses" resultantes da cobertura de crises. Ofereça apoio quando necessário.

Box 9.1

Avaliando e minimizando riscos ao usar conteúdo gerado pelos usuários



Como curadora do canal de direitos humanos na WITNESS, Madeleine Bair lidera uma equipe que obtém, verifica e contextualiza vídeos produzidos por cidadãos registrando abusos de direitos humanos no mundo todo. Antes disso, ela viajou pelo mundo por quase uma década como repórter de jornal impresso, rádio e multimídia. Suas matérias foram publicadas no The Washington Post, San Francisco Chronicle e Orion e transmitidas no "The World" e "POV", da PRI.

Fotos e vídeos vindos de áreas do mundo repletas de repressão e violência política ou que documentam populações vulneráveis incluem riscos além da possibilidade de que o conteúdo tenha sido fabricado ou manipulado. Nessas situações, os indivíduos atrás e na frente da câmera podem enfrentar risco de prisão, perseguição, tortura ou morte. Esse perigo pode aumentar se a mídia internacional tiver acesso à filmagem.

Vimos isso durante a Revolução Verde de 2009 no Irã, quando a [Guarda Revolucionária Islâmica](#) usou fotos e stills de vídeo encontrados online para atingir os manifestantes e montou um processo colaborativo para identificá-los - ações que preocuparam a comunidade ativista.

A exposição de identidade [coloca os indivíduos sob o risco de represálias por autoridades repressoras](#) e pode levar a estigma social, com consequências potencialmente graves. Assim como as organizações noticiosas aderem a padrões de proteção da privacidade das vítimas de estupro, os jornalistas devem considerar os mesmos padrões ao usar vídeos que expõem pessoas vulneráveis, especialmente se eles parecem ter sido registrados sem o seu consentimento.

Por exemplo, em 2013, organizações norte-americanas de mídia online e de defesa dos direitos humanos informaram sobre alarmantes abusos visando a juventude LGBT na Rússia. Muitos de seus artigos incluíam fotografias e vídeos feitos por criminosos que abusaram de suas vítimas - exposição que [poderia perpetuar os danos e o estigma social](#) para essas pessoas.

Jornalistas e outros indivíduos não devem censurar vídeos feitos por ativistas que, conscientemente, assumiram riscos de falar ou documentar sua comunidade. Mas eles devem tomar medidas básicas para identificar e minimizar os danos para aqueles que podem não estar cientes desses riscos, ou que não têm a capacidade de dar consentimento informado para a gravação. No caso do vídeo russo sobre abusos, é claro que as vítimas não consentiram participar das imagens.

Avalie o potencial de dano futuro

Primeiro, você deve avaliar se uma imagem ou vídeo pode causar danos aos envolvidos. Eles estão em uma parte perigosa do mundo? Será que eles correm o risco de represálias por compartilhar esta informação ou por serem mostrados? Você pode supor com segurança que as pessoas mostradas na imagem/vídeo consentiram em ser filmadas?

Se existe um risco real de danos, você tem duas opções:

1. Não use a imagem/filmagem. Só porque ela existe, não significa que precisa ser compartilhada/transmitida/publicada. Podemos informar sobre isso de outras formas e usá-la como fonte de informação para nosso trabalho.
2. Embace os rostos. Redações de televisão muitas vezes desfocam rostos de indivíduos vulneráveis quando transmitem suas imagens. As fotografias podem ser facilmente editadas para fazer isso. No caso de vídeos online, você pode fazer upload do material para o YouTube novamente e usar a função de desfocamento de rostos (face blurring). [Como explicado aqui](#), a ferramenta foi criada para proteger a identidade de pessoas vulneráveis em vídeos e pode ser encontrada como um "recurso adicional" quando você clicar na ferramenta de Melhorias de vídeo para editar um conteúdo enviado.

Uma crença fundamental nos códigos de ética dos jornalistas, dos profissionais que atuam em situações de crise e dos ativistas de direitos humanos é a de minimizar danos. Dedicar tempo para avaliar e reduzir os danos causados aos indivíduos ao usar mídias cidadãs é uma maneira de colocar esse credo em prática na comunicação do século 21.

Box 9.2

Dicas para lidar com imagens traumáticas



Gavin Rees, jornalista e cineasta, é diretor do [Dart Centre Europe](#). O centro é um projeto da Escola de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade de Columbia em Nova York e dedica-se a promover abordagens éticas e inovadoras para a cobertura de traumas e violência. Antes disso, Gavin produziu notícias sobre políticas e negócios para canais de televisão norte-americanos, britânicos e japoneses e trabalhou em filmes e documentários para a BBC, o Channel 4 e empresas de filmes independentes. Gavin também é pesquisador visitante na Universidade de Bournemouth e membro da diretoria da

European Society of Traumatic Stress Studies (Sociedade Europeia de Estudos do Estresse Traumático) e da UK Psychological Trauma Society (Sociedade de Trauma Psicológico do Reino Unido).

Imagens de zonas de guerra, cenas de crimes e desastres naturais muitas vezes são horríveis e angustiantes. Quando a imagem é traumática, acontecimentos distantes podem nos dar a sensação de que estão invadindo nosso espaço. Reações negativas como repulsa, ansiedade e impotência não são incomuns para jornalistas e analistas forenses que trabalham com esse tipo de imagens.

Estudos apontam que profissionais de mídia são altamente resilientes: a exposição a quantidades limitadas de imagens traumáticas não costuma causar mais do que uma angústia passageira. No entanto, os riscos do que psicólogos chamam de traumatização secundária ou indireta tornam-se significativos nas situações em que a exposição é repetida, em efeito de conta-gotas. O mesmo acontece quando há uma conexão pessoal com os acontecimentos - se, por exemplo, eles envolvem danos a alguém que você conheça.

Aqui estão seis coisas práticas que trabalhadores de ajuda humanitária e profissionais da mídia podem fazer para lidar melhor com imagens traumáticas:

1. **Entenda com o que você está lidando.** O primeiro passo de qualquer defesa é conhecer o inimigo: considere as imagens traumáticas de forma semelhante à radiação: como uma substância tóxica cujo efeito depende da dose. Os jornalistas e equipes de socorro, assim como quem trabalha em zonas nucleares, têm um trabalho a fazer; ao mesmo tempo, eles devem tomar medidas razoáveis para minimizar a exposição desnecessária.
2. **Elimine exposições desnecessárias.** Repense seus procedimentos de triagem e categorização e suas formas de organizar arquivos digitais e pastas, entre outros procedimentos, para reduzir a visualização desnecessária. Ao verificar imagens comparando-as com diferentes fontes, tomar notas por escrito de características específicas pode ajudar a minimizar a frequência com que você precisa recorrer novamente à imagem original.
3. **Tente ajustar o ambiente de visualização.** Reduzir o tamanho da janela e ajustar o brilho e a resolução da tela podem diminuir o impacto percebido.

Também tente desligar o som quando puder - muitas vezes ele é a parte mais comovente de um vídeo.

4. **Experimente diferentes estratégias para criar uma sensação de distância quando você vê as imagens.** Algumas pessoas acham que se concentrar em certos detalhes, como roupas, e evitar outros, como o rosto, ajuda. Considere a aplicação de uma camada fosca ou máscara temporária sobre áreas angustiantes da imagem. Editores de vídeo devem evitar usar a função de reprodução em looping ao editar imagens violentas ou no segundo exato de mortes no vídeo ou usá-la o mínimo possível.
5. **Faça pausas frequentes.** Olhe para algo agradável, passeie, alongue-se ou busque contato com a natureza (plantas, ar fresco etc.) Tudo isso pode ajudar a amortecer o estresse do corpo. Evite trabalhar com imagens angustiantes pouco antes de ir dormir, pois nesse momento é mais fácil que elas preencham o seu espaço mental.
6. **Desenvolva um plano para cuidar de si mesmo.** Pode ser tentador se esforçar duas, três ou quatro vezes mais do que o normal para terminar uma reportagem ou projeto urgente. No entanto, é importante preservar um espaço de relaxamento para si mesmo fora do trabalho. Pessoas altamente resistentes a traumas são mais propensas a se exercitar regularmente, manter interesses externos em atividades de que gostam e investir tempo em suas conexões sociais quando lidam com estresses relacionados a traumas.

Algumas dicas adicionais para editores e gestores:

1. **Todos os membros de uma equipe devem ser informados sobre reações normais ao trauma.** Os membros da equipe devem compreender que as pessoas lidam de forma diferente com as situações, além de saber como o impacto pode se acumular ao longo do tempo e como reconhecer quando eles mesmos ou seus colegas precisam se cuidar mais.
2. **Estabeleça diretrizes claras sobre como o material gráfico é armazenado e distribuído.** Feeds, arquivos e comunicações internas relacionados com imagens traumáticas devem ser claramente sinalizados e distribuídos apenas para aqueles que precisam do material. Ninguém deve ser forçado a assistir a imagens que nunca vão ser transmitidas.
3. **O ambiente importa.** Se possível, os locais de trabalho onde se lida com imagens violentas devem ter janelas com vista para o exterior; plantas e outros elementos naturais também podem ajudar.

Capítulo 10

Ferramentas de verificação

Verificando a identidade:

Use essas ferramentas de verificação online para encontrar informações de contato e perfis de usuários que são ativos nas redes sociais

- [AnyWho](#): um diretório de telefones gratuito com a função de busca reversa, disponível nos EUA.
- [AllAreaCodes](#): permite aos usuários buscar qualquer nome e endereço listado a partir de um número de telefone. O serviço é gratuito se o número estiver listado em listas telefônicas e oferece detalhes sobre números não-listados por um baixo preço. Também disponível nos EUA.
- [Busca Social do Facebook](#): disponível apenas em inglês, fornece um método simplificado para localizar indivíduos e verificar informações. Jornalistas não precisam saber o nome da pessoa que eles estão procurando; em vez disso, eles podem pesquisar com base em outros critérios conhecidos, tais como localização, ocupação e idade.
- [GeoSocial Footprint](#): um site onde se pode rastrear as "pegadas" das localizações dos usuários a partir de tweets e check-ins em redes sociais com GPS habilitado, além de buscas por geocodificação e análise de perfis.
- [Hoverme](#): esse plug-in para o Google Chrome mostra os perfis dos usuários de redes sociais em outras redes a partir do feed de notícias deles no Facebook.
- [Identify](#): esse plug-in para Firefox cria um perfil das identidades em redes sociais de alguém a partir de qualquer página.
- [Linkedin](#): através do histórico de trabalho e das conexões, o LinkedIn pode fornecer meios adicionais para rastrear um indivíduo e verificar a identidade ou a história de alguém.
- [Muck Rack](#): lista milhares de jornalistas no Twitter, Facebook, Tumblr, Quora, Google+ e LinkedIn. Eles são avaliados por uma equipe de editores do Muck Rack.
- [Numberway](#): um diretório de listas telefônicas internacionais.
- [Person Finder](#): um dos bancos de dados de código aberto mais conhecidos para indivíduos publicarem e procurarem informações sobre pessoas afetadas por um desastre. Sempre que uma catástrofe acontece, a Equipe de Resposta a Crises do Google configura um localizador de pessoas.
- [Pipl.com](#): busca a "pegada" online de um indivíduo e pode identificar várias contas de redes sociais, registros públicos e informações de contato.
- [Rapportive](#): esse plug-in para o Gmail oferece aos usuários um perfil dos seus contatos, incluindo contas em redes sociais, localização e emprego.
- [Spokeo](#): um mecanismo de busca de pessoas que pode encontrar indivíduos por nome, e-mail, telefone e nome de usuário. Os resultados são reunidos para criação de um perfil mostrando gênero, idade, informações de contato, ocupação, formação, estado civil, histórico familiar, perfil econômico e fotos.
- [WebMii](#): procura links que se relacionem com o nome de um indivíduo ou pode identificar pessoas não especificadas a partir de palavras-chave. Ele oferece uma pontuação de visibilidade na web, que pode ser usada para identificar perfis falsos.

- [WHOIS](#): encontra os usuários registrados de um domínio e detalha a data de registro, a localização e os contatos da pessoa que se registrou ou de outra pessoa designada.

Verificando lugares:

Aquilo realmente aconteceu onde as pessoas disseram que aconteceu?

- [Flickr](#): busca fotos geolocalizadas.
- [free-ocr.com](#): extrai texto de imagens, que então pode ser colocado no Google Translate ou em buscas geográficas.
- [Google Maps](#): um mapa online que fornece imagens aéreas ou de satélite de alta resolução. Ele cobre grande parte da Terra, com exceção de áreas ao redor dos polos. Inclui uma série de opções de visualização, tais como terreno, informações sobre o clima e uma vista de 360 graus ao nível da rua
- [Google Translate](#): pode ser utilizado para desvendar pistas sobre a localização (por exemplo, placas) escritas em outras línguas.
- [Météo-France](#): a agência meteorológica da França disponibiliza gratuitamente imagens de radares e satélites focados na Europa, assim como mapas e informações sobre o clima
- [NASA Earth Observatory](#): o Earth Observatory (Observatório da Terra) foi criado para compartilhar com o público imagens e informações de satélites. Ele funciona como um repositório de imagens globais, com mapas, fotos e bases de dados gratuitos.
- [Panoramio](#): esse site de compartilhamento de fotos possui milhões de imagens geolocalizadas e integradas ao Google Maps.
- [Picasa](#): busca de fotos geolocalizadas.
- [United States ZIP Codes](#): um mapa online dos Estados Unidos de acordo com os códigos postais. Os usuários podem procurar um código postal específico, ou então explorar o mapa para obter informações sobre diferentes códigos postais.
- [Wikimapia](#): versão do Google Maps feita através de crowdsourcing, contendo pontos de interesse e descrições.
- [Wolfram Alpha](#): um mecanismo de resposta computadorizado que responde a perguntas usando dados estruturados e selecionados a partir de sua base de dados. Ao contrário dos motores de busca, que fornecem uma lista de sites relevantes, Wolfram Alpha fornece respostas factuais e diretas e visualizações relevantes.

Verificando imagens:

Essa imagem é uma representação real do que está acontecendo?

- [Findexif.com](#): outra ferramenta que pode ser usada para revelar informações em EXIF.
- [Foto Forensics](#): esse site utiliza análise de nível de ruído (ELA, da sigla em inglês) para indicar partes de uma imagem que podem ter sido alteradas. A análise ELA procura diferenças nos níveis de qualidade da imagem, chamando atenção para as partes onde podem ter sido feitas alterações.
- [Busca de imagens do Google](#): fazendo upload ou digitando a URL de uma imagem, usuários podem encontrar conteúdos como outras fotos relacionadas ou similares ou sites e outras páginas usando aquela imagem

específica.

- [Jeffrey's Exif Viewer](#): uma ferramenta online que revela as informações EXIF de uma foto digital, o que inclui data e hora, configurações da câmera e, em alguns casos, localização em GPS.
- [JPEGsnoop](#): uma aplicação gratuita, disponível apenas para Windows, que pode detectar se uma imagem foi editada. Apesar do seu nome, ela pode abrir arquivos em formatos AVI, DNG, PDF, THM e JPEG. Ela também recupera metadados, incluindo data, tipo de câmera, configurações da lente etc.
- [TinEye](#): um mecanismo de busca de imagens reversa que conecta imagens aos seus criadores permitindo aos usuários descobrir onde as fotos tiveram origem, como foram usadas e se existem versões modificadas e cópias de resolução mais alta.

Outras ferramentas úteis

- [Plataforma AIDR](#): usa monitoramento humano e computadorizado para eliminar rumores no Twitter.
- [Ban.jo](#): agrega todas as redes sociais em uma plataforma, permitindo que imagens e acontecimentos sejam checados uns contra os outros.
- [Geofeedia](#): permite que um usuário busque e monitore conteúdos de mídias sociais por localização. Ao selecionar uma localização, conteúdos publicados por cidadãos no Twitter, Flickr, Youtube, Instagram e Picasa naquela área são reunidos em tempo real. Geofeedia pode ajudar no processo de verificação, através da checagem cruzada de publicações em uma determinada área para ver se os detalhes correspondem.
- [HuriSearch](#): lhe permite pesquisar conteúdo de mais de 5 mil sites relacionados a direitos humanos e filtrá-los rapidamente para encontrar fontes verificáveis.
- [InformaCam](#): o aplicativo aborda o desafio da verificação através da mobilização de metadados para revelar a hora, a data e o local de fotos ou vídeos. Os usuários podem enviar seus arquivos de mídia e seus metadados a terceiros usando assinaturas digitais, criptografia (PGP) e servidores seguros TOR.
- [PeopleBrowse](#): uma plataforma e ferramenta na qual a multidão pode monitorar e sintetizar mídias sociais e notícias em uma sequência de localização e tempo que então pode ser filtrada. A plataforma também inclui um ranking de credibilidade que mede a influência e o alcance de um usuário nas redes sociais.
- [SearchSystems.net](#): um diretório internacional de registros públicos.
- [Snopes.com](#): um site dedicado a desmascarar fraudes na internet, que pode ser usado para checar conteúdos produzidos por usuários.
- [Verily](#): permite aos usuários fazer perguntas específicas e oferecer indícios a favor e contra um questionamento.
- [YouTube Face Blur](#): desenvolvida devido à preocupação com o anonimato dos indivíduos que aparecem em vídeos em situações de alto risco, essa ferramenta permite aos usuários desfocar rostos das pessoas retratadas nos vídeos enviados para o YouTube. Para usá-la, quando for fazer o upload de um vídeo no site clique em Melhorias (Enhancements) e depois em Efeitos Especiais. Lá você pode escolher desfocar todos os rostos do vídeo.

Apêndice

VISUALIZE JUSTICE: um guia de campo para aprimorar o valor de evidência judicial de vídeos para direitos humanos

Como vimos a partir dos estudos de caso e histórias contidas neste inestimável guia, conteúdos gerados pelo usuário podem ser fundamentais para chamar atenção para violações de direitos humanos, se eles forem verificáveis. Mas muitos videomakers e ativistas querem que seus vídeos façam mais do que isso. Eles têm a expectativa subjacente de que filmagem com cenas de abuso possa ajudar a trazer justiça. Infelizmente, a qualidade do vídeo e de outros conteúdos produzidos pelos cidadãos raramente é suficiente para servir como prova em tribunais.

No entanto, com leves melhorias, as filmagens que cidadãos e ativistas muitas vezes arriscam suas vidas para capturar, podem fazer mais do que expor a injustiça - elas também podem servir como prova judicial. O guia "Visualize Justice: A Field Guide to Enhancing the Evidentiary Value of Video for Human Rights" ("Visualize justiça: Um guia de campo para aprimorar o valor de evidência judicial de vídeos para direitos humanos", em tradução livre) pretende servir como manual de referência para cidadãos e ativistas de direitos humanos que querem usar vídeos não só para documentar violações, mas também para o ambicioso objetivo final de fazer com que os responsáveis sejam levados à justiça.

Por que um guia de campo?

É fácil manipular imagens e criar um falso contexto. Por isso, simplesmente filmar e compartilhar já não é suficiente para expor injustiças. Ativistas produzindo imagens que esperam que sejam usadas, não apenas por jornalistas, mas também por investigadores e tribunais, devem considerar as questões fundamentais levantadas no "Guia de Verificação": esse vídeo pode ser verificado? Está claro onde e quando o vídeo foi filmado? Ele foi adulterado ou editado? Além disso, deve-se considerar outras questões mais pertinentes para a Justiça: o vídeo é relevante para um crime de direitos humanos? Sua proveniência pode ser provada? Sua utilidade em garantir a justiça supera o seu potencial para solapar a justiça?

A quem ele se destina?

O principal público-alvo do guia é formado por pessoas que trabalham na área de direitos humanos e que gravam ou podem gravar vídeos retratando abusos. Essas pessoas podem ser jornalistas cidadãos, ativistas, repórteres comunitários ou investigadores de direitos humanos. Alguns podem já estar filmando tais abusos como parte do seu trabalho e poderiam usar a orientação de aumentar o valor legal dos vídeos que criam. Outros podem estar investigando abusos de direitos humanos pelos meios tradicionais, mas querem incorporar vídeos em seus relatórios como forma de melhorar a coleta de provas.

O guia "Visualize Justice", produzido pela WITNESS em colaboração com colegas da área de direitos humanos, aborda:

- O papel do vídeo no sistema de Justiça
- Técnicas de filmagem aprimorando valor dos vídeos como provas legais
- Como priorizar que conteúdos filmar
- Gerenciamento de mídia para preservar a hierarquia de custódia
- Estudos de caso ilustrando como vídeos foram usados em julgamentos

Jornalismo e justiça

Enquanto este "Guia de Verificação" fornece processos inovadores para jornalistas e socorristas analisarem vídeos dos usuários, o "Visualize Justice" aborda o mesmo problema do outro lado da moeda, fornecendo a quem grava os vídeos os métodos para que as imagens captadas possam ser mais valiosas para expor abusos e trazer justiça. Juntos, esses dois recursos ajudam a garantir que mais câmeras em mais mãos possam levar a um melhor jornalismo e a mais justiça.

Para mais informações

Para manter-se informado sobre o manual, fique atento ao site da [WITNESS](#).

Sumário

Sobre	2
Prefácio	5
Capítulo 1 Quando surge uma notícia de emergência	6
Estudo de caso 1.1 Separando rumores de fatos em uma zona de conflito na Nigéria	13
Capítulo 2 O básico da verificação: regras para seguir	15
Estudo de caso 2.1 Usando redes sociais como rádio-escuta	19
Capítulo 3 Verificando conteúdo gerado por usuário	25
Estudo de caso 3.1 Monitoramento e verificação durante as Eleições Parlamentares na Ucrânia	33
Capítulo 4 Verificando imagens	37
Estudo de caso 4.1 Verificando uma bizarra bola inflável durante uma tempestade	44
Estudo de caso 4.2 Verificando dois “tubarões de rua” suspeitos durante o furacão Sandy	47
Capítulo 5 Verificando vídeos	52
Estudo de caso 5.1 Verificando um vídeo crucial do atentado de Boston	61
Estudo de caso 5.2 Investigando um suposto massacre na Costa do Marfim	68
Estudo de Caso 5.3 Confirmando a localização e o conteúdo de um vídeo	78
Capítulo 6 Colocando as multidões para trabalhar	81
Estudo de caso 6.1 Desmascarado pela gramática árabe	87
Capítulo 7 Adicionando a multidão digital à multidão humana	89
Estudo de caso 7.1 Como o OpenStreetMap usou pessoas e máquinas para mapear áreas afetadas depois do Tufão Haiyan	94
Capítulo 8 Preparando-se para a cobertura de desastres	97
Estudo de caso 8.1 Como a NHK News aprendeu com a cobertura do terremoto de 2011 no Japão	103
Capítulo 9 Criando um processo e uma checklist de verificação	110

Box 9.1 Avaliando e minimizando riscos ao usar conteúdo gerado pelos usuários	117
Box 9.2 Dicas para lidar com imagens traumáticas	119
Capítulo 10 Ferramentas de verificação	121
Apêndice VISUALIZE JUSTICE: um guia de campo para aprimorar o valor de evidência judicial de vídeos para direitos humanos	124