

MANUAL DE VERIFICACIÓN: una guía definitiva para verificar contenido digital al cubrir emergencias

CRAIG SILVERMAN

El *Manual de Verificación* es un novedoso recurso para periodistas y corresponsales que provee lineamientos, paso a paso, para usar contenido generado por usuarios (CGU) durante emergencias. En una situación de crisis, las redes sociales se sobrecargan con actualizaciones situacionales, llamadas de auxilio, reportes de nuevos desarrollos e información de rescate. Reportar la información correcta suele ser crítico en moldear respuestas del público y rescatistas; puede literalmente ser una situación de vida o muerte. El *Manual* describe las mejores prácticas y aconseja en cómo verificar y usar la información proveniente de las masas, así como consejos prácticos para facilitar y prepararse para situaciones de desastre en salas de noticias.

Aunque su objetivo primario son periodistas y rescatistas, la guía puede ser usada por cualquiera. Sus consejos son valiosos ya sea para un reportero de noticias, reportero ciudadano, rescatista, voluntario, estudiante de periodismo, especialista en comunicación durante emergencias o un académico en investigación de social-media. El *Manual* es desarrollado y manejado por el Centro Europeo de Periodismo, basado en Holanda bajo la iniciativa de Periodismo de Emergencia. Este trabajo es licenciado bajo *Creative Commons Attribution-NonCommercialNoDerivatives 4.0 International License*.

Para conocimiento de nuestros lectores extractamos los capítulo 2° y 10°.

CAPÍTULO 2 LOS FUNDAMENTOS DE LA VERIFICACIÓN: NORMAS A LAS QUE CEÑIRSE

Texto de Steve Buttry, editor de
Transformación Digital de Digital First Media:

Ha sido editor, reportero y asesor de redacción en siete periódicos de Estados Unidos, encabezando operaciones relevantes en TBD.com y el American Press Institute. Ha dirigido más de

DOCUMENTO

cuarenta seminarios, talleres y seminarios web en todo el mundo. Fue nombrado Editor del Año en 2010 por la revista *Editor & Publisher*.

Buttry ha desarrollado sus 42 años de carrera periodística en Estados Unidos y Canadá pero también en Irlanda, Venezuela, México, Alemania, Japón, Arabia Saudi, Ecuador, Siberia, Francia e Italia. Publica en stevebuttry.wordpress.com y tuitea como @stevebuttry. En 1996, desarrolló un proyecto en un instituto americano sobre un equipo femenino de baloncesto que había ganado el campeonato del estado de Iowa 25 años antes.

Entrevistó a las doce integrantes del equipo Farragut, así como a la estrella y al entrenador de Mediapolis, el equipo al que el Farragut tuvo que derrotar para obtener el campeonato. Les preguntó a todos cómo había ganado Farragut el torneo. Ofrecieron

relatos diferentes, a menudo vívidos, de la misma historia: la estrella de Mediapolis, Barb Wischmeier, que superaba los 1,8 metros de altura, anotó fácilmente ante las chicas del Farragut, más bajitas, al inicio del encuentro, y Mediapolis empezó a llevar la voz cantante. El entrenador del Farragut sacó entonces a Tanya Bopp, que apenas superaba los 1,5 metros, para defender ante Wischmeier. Bopp forzó varias faltas en ataque (algunos recuerdan específicamente que fueron tres o cuatro faltas) por parte de la jugadora más alta, que se puso nerviosa y redujo su agresividad. El Farragut se metió de nuevo en el partido y lo ganó.

No cuestionó esos recuerdos consistentes en su reportaje, pero entendió casi por casualidad que eran exagerados. Una de las chicas le prestó un video del partido. Lo vio entero, escrutando detalles que fueran de ayuda para su historia. No estaba retando la memoria de nadie, pero cuando terminó la cinta, pensó que debía haber perdido algo. Así que miró de nuevo. La pequeña Tanya Bopp solo provocó una falta en ataque por parte de su contrincante más alta. Puso nerviosa a la estrella de Mediapolis y fue el punto de inflexión del partido, pero solo ocurrió una vez.

Todos esos testimonios de primera mano que había escuchado eran inexactos, alimentados por las emociones (felicidad o angustia) de un importante momento de sus vidas, y conformados por la leyenda que creció a partir del partido. La leyenda –y la oportunidad de honrarla mostrando su falsedad– le dio un gran hilo narrativo para su artículo pero también le enseñó una lección en verificación: no creas ni siquiera a los testigos honestos. Documentate. Las leyendas están bien, son incluso divertidas, para atletas y fanáticos que reviven los días de gloria de un equipo deportivo legendario. Pero los periodistas, activistas y defensores de los derechos humanos deben trabajar con la verdad y comprometerse a encontrar y contar la verdad, especialmente en una situación de emergencia. Ya sea recomponiendo el relato de un desastre natural, de una noticia de última hora o de un saber popular, los narradores deben recordar que están escuchando el resultado de una memoria que no es perfecta o que tiene una perspectiva limitada. Si contar la verdad es el objetivo, la verificación debe ser el estándar.

Hemos de fijarnos y escutar seriamente los relatos de nuestras fuentes en busca de oportunidades para verificar. ¿Tiene la fuente un vídeo, fotografía, carta o documento (nuevo o viejo) que ofrezca oportunidades de verificación o detalle, o que permita quizá corregir un recuerdo brumoso? Y cuando nos hagamos con este material, especialmente en situaciones de emergencia donde el tiempo disponible es ajustado, debemos investigarlo y aplicar los fundamentos de la verificación. Independientemente del momento y el rol que ocupes en él, los principios de la verificación son atemporales y pueden aplicarse a cualquier situación, ya sea noticias de última hora, un desastre natural o la recuperación de una historia apócrifa de hace un cuarto de siglo.

La esencia de la verificación, uno de los clichés más valorados del periodismo, espetado hasta por editores expertos de los que apartan sin miramientos otros clichés de las historias, es: “Si tu madre te dice que te quiere, compruébalo”. Pero el cliché no dice al periodista, o profesional de la ayuda humanitaria cómo comprobarlo. La verificación es la esencia del periodismo, pero también ilustra la dificultad del periodismo y la

Todos esos testimonios de primera mano que había escuchado eran inexactos, alimentados por las emociones (felicidad o angustia) de un importante momento de sus vidas, y conformados por la leyenda que creció a partir del partido.

necesidad de establecer estándares elevados: la ruta de la verificación puede cambiar con cada hecho noticioso.

Por eso este manual no facilitará a los periodistas, personal vinculado a los derechos humanos y miembros de equipos de emergencia, un procedimiento simple de talla única para la verificación, sino estrategias para comprobar la información –cualquiera que esta sea y cualquiera que sea la motivación o el rol que tiene dentro del caso–. La pregunta que se constituye como corazón mismo de la verificación es: “¿Cómo lo sabes?” Los reporteros tienen que plantear esta pregunta a sus fuentes; los editores la hacen a los reporteros. Reporteros, editores, productores y profesionales de los derechos humanos deben hacerse la pregunta en tercera persona con relación a esa fuente a la que no pueden interrogar directamente: ¿Cómo lo saben? La asesora de redacción Rosalie Stemer añade una segunda pregunta que ilustra el carácter de múltiples capas del proceso de verificación y la ética de persistencia e iniciativa personal que este requiere: ¿Y cómo más lo sabes?

Mientras nos cuestionamos sobre las fuentes y el material, y mientras los colegas nos cuestionan, debemos buscar múltiples fuentes de verificación, múltiples vías hacia la verdad (o encontrar fallos en los datos o en la historia antes de actuar sobre ella). En la verificación se pone en marcha una combinación de tres factores: 1. La iniciativa, persistencia, escepticismo y habilidad de una persona 2. El conocimiento, fiabilidad y honestidad de las fuentes, así como la cantidad, variedad y fiabilidad de fuentes que puedes encontrar y ser capaz de persuadir para que hablen 3. La documentación. La tecnología ha cambiado el modo de aplicar los tres factores: el ciclo de 24 horas / 7 días a la semana y la aparición de los medios sociales y el contenido generado por el usuario nos obligan a recopilar e informar a la vez que los sucesos se desarrollan, tomando decisiones difíciles sobre si la información ha sido suficientemente verificada; las herramientas digitales nos proporcionan nuevas formas de buscar fuentes y contactar con ellas; las bases de datos y los teléfonos móviles con cámara incorporada, ubicuos, nos dan cantidades masivas de documentación para buscar

y evaluar. La verificación exitosa resultará del uso efectivo de toda esa tecnología, así como del compromiso con estándares de precisión atemporales. La necesidad de verificar comienza con la simple constatación de que muchas de nuestras fuentes de información son falsas. Pueden estar mintiendo con malicia o de modo inocente, transmitiendo desinformación. Pueden tener recuerdos dudosos o carecer de contexto o comprensión adecuada. Pueden estar en situación de peligro y no poder contarnos todo lo que saben, o ser incapaces de ver la foto completa de los sucesos mientras estos se desarrollan.

Nuestro trabajo no es reproducir como loros lo que dicen las fuentes y el material que proporcionan, sino retarlo, triangularlo con otras fuentes creíbles e identificar lo que es verdad, desbrozando de nuestro trabajo (antes de publicarlo, mapearlo o emitirlo) todo lo que sea falso o no esté suficientemente verificado. Cada uno de los muchos caminos de la verificación que decidamos tomar tendrá sus defectos: cada vez más, y especialmente en situaciones de emergencia, se nos presenta una gran abundancia de fuentes oficiales y podemos encontrar fuentes de primera mano –las personas que de hecho vieron, o incluso participaron, en los sucesos en cuestión–. Pero esos testimonios pueden tener imperfecciones. En 2006, el gobernador de Virginia Occidental, Joe Manchin, afirmó a los periodistas que se había rescatado a doce mineros de los trece atrapados en la mina Sago. ¿Cómo no iban a lanzar los reporteros la historia? Pero estaba equivocado. Doce de los mineros murieron; solo uno fue rescatado. El gobernador se había basado en testimonios secundarios y terciarios y nadie los retó preguntándole cómo sabía que los mineros estaban vivos.

Debemos cuestionar a las fuentes aparentemente acreditadas tan agresivamente como a las otras. Nuevos recursos. La documentación ha cambiado con la tecnología. El video que ayudó a desmontar la leyenda en 1996 no habría estado en manos de uno de los miembros del equipo si

La pregunta que se constituye como corazón mismo de la verificación es: “¿Cómo lo sabes?” Los reporteros tienen que plantear esta pregunta a sus fuentes; los editores la hacen a los reporteros. Reporteros, editores, productores y profesionales de los derechos humanos deben hacerse la pregunta en tercera persona con relación a esa fuente a la que no pueden interrogar directamente (...)

DOCUMENTO

hubiera intentado redactar esa historia quince años antes (aunque todavía podría haber accedido a él acudiendo a los archivos del canal de televisión). Y en los años que han pasado desde que empleé aquel video con fines de verificación, la disponibilidad de teléfonos móviles y cámaras de seguridad ha hecho que aumente la cantidad e importancia de la documentación audiovisual. Pero lo fácil que resulta editar videos digitales hoy en día nos lleva a la importancia del escepticismo. Y, además, cualquier video recoge solamente una parte de la historia. La tecnología también ha cambiado el modo como encontramos fuentes e información y el modo de tratar con ellas.

Cuando los participantes y testigos de un hecho noticioso comparten sus testimonios con palabras, fotografías y videos en medios sociales y blogs, los periodistas pueden encontrar más rápidamente a alguien y conectar con gente que vió el desarrollo de la noticia, empleando para ello diversas herramientas digitales de búsqueda y otras tecnologías, así como recurriendo al *crowdsourcing* u obtención de información por colaboración abierta. El uso más efectivo de estos nuevos recursos se produce al emplearlos junto a las viejas preguntas: ¿Cómo lo saben? ¿Cómo más lo saben? ¿Ese viejo dicho sobre comprobar el amor de madre? Verifiqué la fuente original—alguien de la *City News Bureau de Chicago* [una de las primeras agencias de noticias cooperativas de Estados Unidos]— a partir de múltiples fuentes digitales: el *Chicago Tribune*, *AJR* y *The New York Times*. Sin embargo, incluso en este punto la leyenda complica la verificación.

Un artículo de Michael Pakenham aparecido en 1999 en el *Baltimore Sun* afirmaba que la tradición atribuye la advertencia a quien durante muchos años ejerció como editor de noche en dicha agencia, Arnold Dornfeld (así lo hacen tres de los artículos mencionados más arriba), pero “Dornie contó que fue otro de los editores habituales allí, Ed Eulenberg, quien de hecho lo dijo primero”. Probablemente tu madre te ama, tal y como dice. Puedes verificarlo entrevistando a sus amigos y familiares, recuperando fotos y videos donde muestre o exprese su amor. Encuentra algunas cartas o actualizaciones de Facebook donde manifieste su afecto. Docu-

menta los regalos y acciones que evidencian su cariño. Luego haz lo mismo con cada artículo, cada noticia y cada proyecto.

CAPÍTULO 10 HERRAMIENTAS DE VERIFICACIÓN. VERIFICANDO IDENTIDADES

Usa estas herramientas de verificación para encontrar detalles de contactos y perfiles de usuarios activos en las redes sociales *AnyWho*: un directorio que permite buscar personas, lugares o empresas en base a sus direcciones, nombres o números de teléfono.

- *AllAreaCodes*: permite ubicar cualquier nombre o dirección almacenado en base a números telefónicos. Es gratuito si el número está en las páginas blancas (en inglés: *White Pages*, quiere decir un directorio de personas, lugares y negocios localizados dentro de Estados Unidos). Además proveen detalles sobre números fuera de esa lista a bajo costo.
- *Facebook Graph Search*: provee un método racionalizado de ubicar individuos para la verificación de información. Los periodistas que quieran usar este servicio no necesitan el nombre de la persona que intentan ubicar; en vez de eso, pueden hacer búsquedas basándose en otros criterios, tales como: ubicación, ocupación y edad.
- *GeoSocial Footprint*: un sitio web donde se puede rastrear usuarios en base a la “huella digital” creada por aquellos tuits que hayan publicado con ubicación satelital. Además analiza publicaciones referentes a sitios reconocidos, utilizando análisis del lenguaje natural.
- *Hoverme*: este *plug-in* para Google Chrome revela perfiles de usuarios en otras redes sociales en base a sus publicaciones en Facebook.
- *Identify*: este *plug-in* para Firefox crea perfiles de las identidades de individuos en las redes sociales en base a cualquier página.
- *Linkedin*: mediante el historial de trabajo y las conexiones que los usuarios de LinkedIn

tengan, es posible rastrear su identidad e historial.

- *Muck Rack*: lista miles de periodistas en Twitter, Facebook, Tumblr, Quora, Google+ y LinkedIn quienes han sido seleccionados por un equipo de editores de Muck Rack. Numberway: un directorio internacional de directorios telefónicos.
- *Person Finder*: uno de los bancos de datos de fuentes abiertas más reconocidos para la publicación y búsqueda de personas afectadas por desastres. Cuando desastres a gran escala ocurren, el equipo de crisis de Google (Google Crisis Team) establece un buscador de personas. Pipl.com: Permite buscar las huellas de un individuo en Internet, puede ayudar a identificar registros públicos y detalles de contacto mediante múltiples cuentas de redes sociales.
- *Rapportive*: este complemento para Gmail entrega a sus usuarios un perfil de sus contactos, incluyendo cuentas en redes sociales, ubicación y trabajo.
- *Spokeo*: un buscador de personas que permite ubicar individuos por sus nombres, correos, números telefónicos o nombres de usuarios. Los resultados son unificados en un perfil que muestra género, edad, detalles de contacto, ocupación, educación, estado civil, los antecedentes familiares y económicos del mismo y sus fotos.
- *WebMii*: busca enlaces en la web que hagan referencia al nombre de un individuo, o puede identificar individuos no especificados mediante filtros por palabras claves. Entrega una puntuación de visibilidad en la web que puede ser utilizada para identificar perfiles falsos. WHOIS: encuentra los usuarios registrados a un nombre de dominio, y los detalles de la fecha de registro, ubicación y contacto del usuario registrado y/o asignado. Verificando Lugares: ¿Es cierto lo que dicen que sucedió en esta ubicación?
- *Flickr*: para buscar fotos geolocalizadas. free-ocr.com: Extrae textos de imágenes, estos pueden ser colocados en Google Translate o buscados en cualquier otra fuente de recursos.
- *Google Maps*: Un mapa en línea que provee imágenes aéreas y satelitales en alta resolución, cubriendo gran parte del planeta tierra, exceptuando las áreas cercanas a los polos. Incluye un número de opciones de visualización, tales como el terreno, información climática y una visión en 360 grados de un gran número de calles y vías de cualquier tipo en todo el mundo.
- *Google Translate*: puede ser utilizado para descubrir ubicaciones escritas en otros lenguajes. *Météo-France*: La agencia meteorológica de Francia provee gratuitamente imágenes satelitales de Europa, con mapas, información climática y datos para realizar modelos.
- *NASA Earth Observatory*: el observatorio de la tierra (Earth Observatory), fue creado para compartir imágenes e información satelital con el público. Actúa como repositorio de datos de imágenes globales con mapas públicamente disponibles, imágenes y bancos de datos.
- *Panoramio*: sitio web para compartir fotografías que almacena millones de imágenes geolocalizadas, subidas a Google Maps. Picasa: Permite buscar imágenes geolocalizadas.
- *United States ZIP Codes*: un mapa de los Estados Unidos en línea, catalogado de acuerdo a sus códigos postales. Sus usuarios pueden buscar códigos ZIP específicos, o pueden explorar por el mapa de información sobre distintos códigos postales.
- *Wikimapia*: una alternativa a Google Maps independiente, que contiene puntos de interés y descripciones.
- *Wolfram Alpha*: un sistema de respuestas computarizado que responde a preguntas utilizando datos estructurados y verificados. A diferencia de los sistemas de búsqueda, que proveen una lista de sitios relevantes, *Wolfram Alpha* provee respuestas directas y visualizaciones relevantes. Verificando imágenes: ¿Cómo saber si una imagen particular es real? *Findexif.com*: Otra herramienta que puede ser usada para revelar información (EXIF, siglas de *Exchangeable Image File*

DOCUMENTO

Format) almacenada en imágenes. La información EXIF puede contener fecha y hora de la fotografía, detalles de la cámara y en algunos casos, información satelital.

- *Foto Forensics*: este sitio web permite realizar análisis de errores en imágenes, para indicar partes que hayan podido ser alteradas. Observa diferencias en la calidad del nivel en las imágenes, resaltando dónde hayan podido haber alteraciones.
- *Google Search by Image*: al subir o ingresar direcciones de imágenes, los usuarios pueden buscar contenido relacionado, imágenes similares o sitios web que contengan la imagen provista.
- *Jeffrey's Exif Viewer*: una herramienta en línea que revela la información (EXIF) de fotografías digitales.
- *JPEGSnoop*: una aplicación para el sistema operativo Windows que permite detectar si una imagen ha sido editada. Además de los formatos tradicionales de imágenes (PNG, JPG, BMP, entre otros) puede abrir archivos AVI, DNG, PDF y THM. Además, extrae datos EXIF.
- *TinEye*: un buscador inverso de imágenes, que las conecta con sus creadores y además permite saber dónde se originó la imagen, cómo es utilizada, qué versiones modificadas existen y si existen copias de mayor resolución.

Otras herramientas útiles:

- *AIDR platform*: utiliza monitoreo humano y computacional para recolectar rumores en Twitter.
- *Ban.jo*: suma todas las redes sociales en una plataforma que permite verificar imágenes y eventos entre todas ellas.
- *Geofeedia*: permite a los usuarios buscar y monitorear contenidos en las redes sociales según su ubicación. Al seleccionar una ubicación, extrae a tiempo real contenidos de Twitter, Flickr, Youtube, Instagram y Picasa. Geopedia puede ayudar en la verificación de eventos, al buscar si estos ocurren en el área que dicen que ocurre.
- *HuriSearch*: te permite buscar contenidos dentro de más de 5 mil sitios web relacionados con derechos humanos, y filtrar los mismos con facilidad, para ubicar fuentes verificables.
- *InformaCam*: enfrenta el reto de verificar contenidos mediante el análisis de metadata para revelar la hora, la fecha y la ubicación de fotos o videos. Los usuarios pueden enviar sus archivos y metadatos a terceros mediante el uso de firmas digitales, mecanismos para cifrar los archivos (tal como PGP) y servidores seguros (mediante TOR).
- *PeopleBrowsr*: una plataforma y herramienta en donde se monitorean y sintetizan las redes sociales y las noticias para identificar ubicaciones y secuencias temporales, que además pueden ser filtradas. La plataforma cataloga a los usuarios según su credibilidad, midiendo la influencia y el rango de acción de los mismos.
- *SearchSystems.net*: un directorio internacional de registros públicos.
- *Snopes.com*: un sitio dedicado a desmentir información en Internet, que también puede ser utilizado para verificar contenido subido por usuarios.
- *Verily platform*: permite a los usuarios realizar preguntas y provee contenido generado por usuarios a favor y en contra.
- *YouTube Face Blur*: desarrollado por el problema del anonimato de los individuos que aparecen en videos en situaciones de riesgo, esta herramienta permite a los usuarios difuminar los rostros que aparecen en videos que estos suben. Para utilizarlo, una vez subes un video a YouTube, ve a "Enhancements" (Mejorías) y luego a "Special Effects" (efectos especiales), ahí puedes escoger difuminar todos los rostros que aparezcan en dicho vídeo.

CRAIG SILVERMAN

Periodista canadiense y editor de medios de BuzzFeed, y ex jefe de la división canadiense de BuzzFeed.