



MANUAL DE VERIFICACIÓN

UNA GUÍA DEFINITIVA PARA
VERIFICAR CONTENIDO DIGITAL AL
CUBRIR EMERGENCIAS

European
Journalism
Centre



EDITED BY CRAIG SILVERMAN

EDITOR OF 'REGRET THE ERROR', THE POYNTER INSTITUTE

Verification Handbook

1. [Acerca del Manual](#)
2. [Prefacio](#)
3. [Capítulo 1: Cuando estalla una noticia de emergencia](#)
4. [Caso de Estudio 1.1: Separando rumores de hechos en una zona en conflicto de Nigeria](#)
5. [Capítulo 2: Los fundamentos de la verificación: normas a las que ceñirse](#)
6. [Caso de Estudio 2.1: Usando las redes sociales como un escáner de la policía.](#)
7. [Capítulo 3: Verificar contenidos generados por los usuarios](#)
8. [Caso de Estudio 3.1: Monitoreando y verificando las elecciones parlamentarias ucranianas](#)
9. [Capítulo 4: Verificando imágenes](#)
10. [Caso de Estudio 4.1: Verificando una extraña pelota de playa durante una tormenta](#)
11. [Caso de Estudio 4.2: Verificando dos “tiburones callejeros” sospechosos durante el huracán Sandy](#)
12. [Capítulo 5: Verificando vídeos](#)
13. [Caso de Estudio 5.1: Verificando un vídeo clave de las bombas de Boston](#)
14. [Caso de Estudio 5.2: Investigando una ‘masacre’ reportada en Costa de Marfil](#)
15. [Caso de Estudio 5.3: Confirmando la ubicación y el contenido de un vídeo.](#)
16. [Capítulo 6: Poniendo a las masas a trabajar](#)
17. [Caso de Estudio 6.1: Confundido por la gramática árabe](#)
18. [Capítulo 7: Sumando el colectivo computacional al colectivo humano](#)
19. [Caso de Estudio 7.1: Cómo OpenStreetMap usó humanos y máquinas para elaborar mapas de áreas afectadas después del tifón Haiyan](#)
20. [Capítulo 8: Preparándonos para cubrir desastres](#)
21. [Caso de Estudio 8.1: Cómo NHK News cubrió y aprendió del terremoto del 2011 en Japón.](#)
22. [Capítulo 9: Creando un procedimiento y una lista de chequeo para la verificación](#)
23. [Recuadro 9.1: Evaluando y minimizando riesgos al usar contenidos generados por usuarios](#)
24. [Recuadro 9.2: Recomendaciones para lidiar con imágenes traumáticas](#)
25. [Capítulo 10: Herramientas de verificación](#)
26. [Apéndice: “VISUALIZANDO JUSTICIA: Una Guía de Campo para Mejorar el Valor Evidencial del Vídeo para los Derechos Humanos”](#)

Acerca del Manual

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 y guías son valiosos ya sea 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-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](#).

Editores del Manual

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

Producción

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

Patrocinantes

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

Socios

- [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](#)

Socios para la traducción al español

La traducción de este manual al español ha sido coordinada por el equipo de [AccesoLibre](#). Las siguientes personas han participado en este esfuerzo:

- Sebastián Magrí, desarrollador y entusiasta del Software de código abierto y activista del conocimiento libre.
- David Martínez, traductor profesional de inglés a español por más de 15 años, bloguero, podcaster, locutor de radio y entusiasta de la tecnología.
- Daniel Rodríguez, programador internacional, ingeniero de la Web especializado en aplicaciones multi-usuario a tiempo real.
- Myriam Redondo, periodista, doctora en Relaciones Internacionales y especialista en el uso de Internet como fuente en el periodismo internacional.
- Silvia Cobo, periodista especializada en información de medios y formadora de redacciones en habilidades digitales.
- José Luis Rivas, desarrollador del proyecto de código abierto Debian y de la Web abierta.
- Gabriela Márquez, diseñadora gráfica y desarrolladora Web.

Prefacio

"En el mundo digital de hoy, donde los rumores y contenidos falsos circulan fácilmente, los periodistas necesitan una manera de diferenciar de manera activa los materiales ciertos de los falsos. Esta novedosa guía es una lectura obligatoria para periodistas que manejan todo tipo de contenido generado por usuarios." - **Wilfried Ruetten, Director, El Centro Europeo para el Periodismo (EJC)**

"La información acertada puede salvar vidas durante las crisis humanitarias, pero las circunstancias desde las cuales emergen estas crisis son típicamente las más difíciles en las cuales recoger información confiable. Este libro ayudará no solo a periodistas, sino a cualquier persona trabajando en el campo durante crisis humanitarias, a verificar los hechos en el terreno." - **William Spindler, Representante, Comisión de las Naciones Unidas para los Refugiados (UNHCR)**

"Este manual será esencial para los periodistas cubriendo conflictos inter-religiosos o inter-étnicos para reportar de una manera más balanceada, transparente y acertada, y como fin último para ayudar a aliviar tensiones entre comunidades." - **Matthew Hodes, Director, Alianza de Civilizaciones de las Naciones Unidas (UNAOC)**

"En estos tiempos, conocer qué es real y cómo verificar noticias y otras informaciones es esencial. Este manual provee herramientas esenciales para todos, periodistas y consumidores." - **Howard Finberg, Director de Alianzas y Acuerdos de Adiestramiento, The Poynter Institute**

"Tener los acontecimientos claros es un principio cardinal del periodismo pero los medios se esfuerzan por ser éticos cuando una historia grande está sucediendo. Este manual ayuda a los creadores de noticias a mantenerse fieles a decir la verdad, incluso cuando la especulación en línea es rampante.." - **Aidan White, Director, The Ethical Journalism Network (EJN)**

"Esto se trata de la información correcta, en el momento correcto, en el lugar correcto. Cuando hay acceso limitado a las áreas afectadas por un desastre, es fundamental ayudar a los trabajadores a recopilar información efectivamente desde las redes sociales. Este manual puede ser útil para trabajadores en el terreno, así como para voluntarios en línea." - **Christoph Dennenmoser, Líder del Equipo de Necesidades Urgentes, Humanity Road Inc.**

Capítulo 1: Cuando estalla una noticia de emergencia



Craig Silverman es un periodista emprendedor y el fundador y editor de [Regret the Error](#) (Arrepentirse del error), un blog del Poynter Institute sobre errores, precisión y verificación en los medios. También ha desarrollado un [curso](#) sobre verificación en la era digital para la Poynter News University. Ejerce como director de contenido para [Spundge](#), plataforma que permite a los profesionales desarrollar y monetizar su experiencia a través del contenido. Anteriormente, Silverman ayudó al lanzamiento de OpenFile, una startup digital que proporciona noticias locales a seis ciudades canadienses. Es autor de "Regret The Error: How Media Mistakes Pollute the Press and Imperil Free Speech" (Arrepentirse del error: cómo las equivocaciones de los medios empañan la tarea de la Prensa y ponen en riesgo la libertad de expresión). Su trabajo ha sido reconocido por las siguientes instituciones: U.S. National Press Club, Mirror Awards, Crime Writers of Canada y National Magazine Awards (Canadá). Tuitea como [@craigsilverman](#).



Rina Tsubaki lidera y gestiona las iniciativas "[Verification Handbook](#)" (Manual de verificación) y "[Emergency Journalism](#)" (Periodismo de emergencia) en el [European Journalism Centre](#), en Países Bajos. Periodismo de emergencia aglutina recursos para los profesionales de la información que reportean en y acerca de situaciones volátiles en la era digital. Tsubaki es conferenciante habitual sobre estos asuntos en diversos foros públicos, incluyendo un encuentro de Naciones Unidas y el International Journalism Festival. Anteriormente, gestionó varios proyectos centrados en el rol de los ciudadanos en el cambiante panorama mediático; en 2011, fue autora principal del [Internews Europe's report](#), informe sobre el papel desempeñado por la comunicación durante el terremoto de Japón en marzo de 2011. También ha escrito para Hokkaido Shimbun, diario regional de Japón. Tuitea como [@wildflyingpanda](#).

“... Es necesario que los periodistas no den nunca nada por sentado, así como que realicen siempre comprobaciones cruzadas y verifiquen, si quieren seguir siendo considerados fuentes de información y noticias de confianza”. Santiago Lyon, vicepresidente y director de fotografía, The Associated Press.

Poco tiempo después de que un terremoto de magnitud 8.1 afectase al norte de India, empezó a circular el dato de que 4.000 edificios se habían derrumbado en una ciudad, ocasionando "innumerables muertes". Otros reportes decían que el principal edificio de una facultad y el Tribunal Superior de la región también se habían desmoronado.

Se produjo una situación similar cuando un terremoto de magnitud 9.0 golpeó el noreste de Japón. La gente empezó a escuchar que caería lluvia tóxica por una explosión en las instalaciones de la compañía de petróleo y que a las agencias humanitarias no les resultaba posible arrojar suministros desde el aire dentro del país.

Eran falsos rumores, todos y cada uno de ellos.

Es una verdad fundamental que los rumores y la desinformación acompañan a las situaciones de emergencia. ¿El terremoto en India? Ocurrió en 1934, mucho antes de que aparecieran Internet y los medios sociales. El terremoto de Japón sucedió en 2011.

Ambos movimientos de tierra derivaron en rumores porque la incertidumbre y la ansiedad - dos elementos centrales en crisis y situaciones de emergencia- llevan a la gente a inventar y repetir información cuestionable.

“En resumen, los rumores aparecen y se extienden cuando las personas están inseguras y ansiosas sobre un asunto de relevancia personal y cuando el rumor parece creíble dada la idiosincrasia de los involucrados en su difusión”, escriben los autores de "Rumor Mills: The Social Impact of Rumor and Legend" (Fabricando rumores: el impacto social del rumor y la leyenda).

[Un artículo de Psychology Today](#) lo expresa de otra manera: “El temor alimenta el rumor. Cuanto más ansiedad colectiva manifiesta un grupo, más propenso será a iniciar el proceso de generación de rumores”.

En el actual mundo conectado, también se distribuye información falsa y rumores intencionadamente; como una broma, para lograr más "me gusta" y más seguidores, o simplemente para provocar el pánico.

El resultado de todo ello es que el trabajo de verificación puede alcanzar una dificultad máxima precisamente en esas situaciones en las que facilitar información fiable es de importancia capital. En un desastre, ya sea por causas naturales o humanas, los riesgos de la inexactitud se amplifican. Y, literalmente, puede tratarse de un asunto de vida o muerte.

Aún así, entre el ruido y los bulos hay siempre una indicación clara que saca a la luz información valiosa, importante. Cuando un vuelo de US Airways se vio obligado a aterrizar en el río Hudson, un hombre que se encontraba en un ferry fue la fuente de esa imagen urgente, aclaradora, que sólo un transeúnte podía haber capturado en aquel momento:



Jānis Krūms

@jkrums



<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

[Enlace original](#)

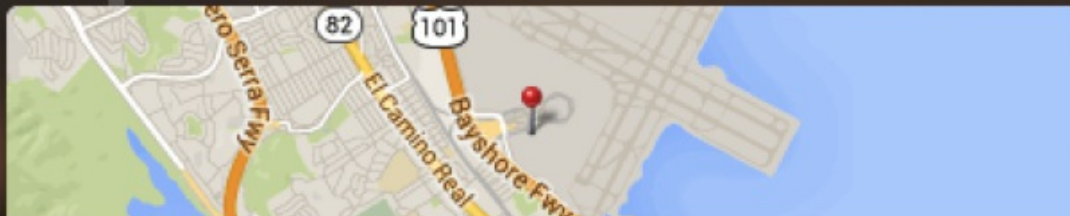


[Enlace original](#)

Las personas que están sobre el terreno adquieren incluso más importancia en lugares donde los periodistas tienen poco o ningún acceso y las agencias de ayuda humanitaria no han sido capaces de operar. Hoy en día, estos testigos y participantes consiguen a menudo acceder a un teléfono para

documentar y compartir lo que ven. Puede ser el pasajero de un barco que circula por el río o un hombre que acaba de escapar de un accidente aéreo, como en este ejemplo 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](#)

Para la provisión de información creíble y puntual, el público confía en fuentes oficiales tales como medios informativos, servicios de emergencia y agencias gubernamentales.

Pero al mismo tiempo estas organizaciones e instituciones miran cada vez más hacia el público, a la multitud, en busca de ayuda para obtener nueva información y otorgarle la perspectiva y contexto que requiere. Cuando funciona, este modo de proceder crea un círculo virtuoso: fuentes de información oficiales y consolidadas -agencias gubernamentales, ONG, medios informativos- proporcionan información crítica en momentos de necesidad, trabajando de cerca con las personas que, sobre el terreno, son las primeras en ver y documentar la emergencia.

Si quieren lograrlo, los periodistas y los profesionales de agencias humanitarias y de emergencia deben convertirse al empleo de medios sociales y otras fuentes para recopilar, triangular y verificar la información a menudo contradictoria que surge tras un desastre. Necesitan procedimientos comprobados, herramientas de confianza y técnicas ensayadas y demostradas. Sobre todo, han de disponer de todo lo anteriormente mencionado antes de que el desastre se produzca.

Un desastre no es momento para intentar verificar sobre la marcha. No es momento de idear cuáles son los estándares y rutinas para manejar información colaborativa. Pero eso es lo que muchas -demasiadas- redacciones y organizaciones hacen.

Afortunadamente, en los últimos años ha surgido una gran abundancia de herramientas, tecnologías y mejores prácticas que permiten a cualquiera dominar el nuevo arte de la verificación, y continuamente se desarrollan muchas más.

En realidad, se trata de conseguir la armonía entre dos elementos centrales: preparar, entrenar y coordinar a la gente por adelantado y durante una emergencia; y poner a su disposición el acceso y los recursos que les permitan beneficiarse al máximo de las herramientas siempre en evolución que pueden ayudarles con la verificación.

Combinar los factores humanos y tecnológicos con un sentido claro de la dirección que se sigue y de la diligencia necesaria es en última instancia lo que ayuda a acelerar y perfeccionar la verificación. Ciertamente, se trata de una combinación nueva, y el paisaje de herramientas y tecnologías puede cambiar rápidamente.

Este libro sintetiza los mejores consejos y experiencias recurriendo a la pericia de quienes lideran esta práctica en algunas de las organizaciones mediáticas, ONG, comunidades técnicas y de voluntarios más importantes del mundo, incluyendo Naciones Unidas. Ofrece guías, herramientas y procedimientos esenciales para ayudar a las organizaciones y a los profesionales a servir al público con información fiable y puntual cuando más se necesita.

**

Es verdad que hasta los buenos profesionales se cuelan a menudo con mala información, y también que la tecnología puede llevarnos por el mal camino tanto como nos puede ayudar. Esto es incluso más cierto cuando hay mucha información moviéndose a un ritmo muy rápido, y cuando muchas redacciones y organizaciones carecen de programa y procedimientos formales de verificación.

“La cuestión de verificar y desmontar contenido colaborativo se basa mucho más en

intuiciones periodísticas que en tecnología vistosa", ha escrito David Turner en un [artículo de Nieman Reports](#) sobre el User Generated Content Hub (Centro de Distribución de Contenido generado por el Usuario) de la BBC. "Aunque algunos llaman a esta nueva especialización periodística 'information forensics' (técnicas forenses aplicadas a la información), no hace falta ser un experto en nuevas tecnologías o tener aptitud especial para hacer y contestar las preguntas fundamentales que permiten juzgar si una escena es fingida o no".

Esta constatación de que no hay bala de plata ni test perfecto es el punto de partida para cualquier análisis sobre la verificación, así como para el ejercicio de facilitar información fiable tras un desastre. Requiere que los periodistas y todos los demás miren primero hacia los fundamentos de la verificación que han existido durante décadas y que nunca quedarán obsoletos.

En su capítulo, Steve Buttry se centra en una pregunta básica situada en el corazón de la verificación. Esta lista de fundamentos enlaza con ella:

- Establece un plan y procedimientos antes de que suceda el desastre y la noticia de última hora.
- Desarrolla las fuentes humanas.
- Contacta con la gente, habla con ella.
- Sé escéptico cuando algo parece, suena o resulta demasiado bueno para ser verdad.
- Consulta a fuentes creíbles.
- Familiarízate con los métodos de búsqueda e investigación y con las nuevas herramientas.
- Comunícate y trabaja con otros profesionales: la verificación es un deporte de equipo.

Otra máxima que se ha añadido a la lista anterior en los últimos años es la de que cuando estés tratando de evaluar información -ya sea una imagen, tuit, vídeo u otro tipo de contenido- debes verificar la fuente y el contenido.

Cuando Associated Press convirtió a Fergus Bell en la persona que lideraría la creación y puesta en práctica de sus procedimientos para confirmar vídeos generados por el usuario, lo primero que él hizo fue mirar a las orientaciones sobre verificación que existen en la organización desde tiempos inmemoriales, más que atender a las nuevas herramientas y tecnologías.

"AP siempre ha tenido sus estándares y eso realmente no ha cambiado, era trabajando con esos estándares como íbamos a ser capaces de establecer específicamente flujos de trabajo y mejores prácticas para gestionar los medios sociales", dijo Bell. "AP siempre se ha esforzado en encontrar la fuente original de modo que se pueda hacer reporterismo a partir de ella. Y esa es la vía que seguimos siempre ante CGU" [Contenido Generado por el Usuario]. En la mayoría de los casos, no podemos verificar algo a menos que hablemos con la persona que lo creó".

A partir de estos fundamentos, las organizaciones pueden empezar a constituir un

procedimiento fiable y que se pueda reproducir para verificar información en situaciones de emergencia. Verificar información en redes sociales, bien sobre afirmaciones de hechos, fotos o vídeo, resulta más fácil una vez que conoces tus estándares y sabes cómo aplicarlos.

Es entonces cuando se puede sacar el máximo partido a herramientas como los lectores de datos EXIF, las extensiones de análisis fotográfico, la búsqueda avanzada de Twitter, los identificadores de dominio Whois y los otros recursos apuntados en este libro.

Junto a ese kit de herramientas y a los estándares y procedimientos que indican cómo empleamos las herramientas, está también el elemento crítico del 'crowdsourcing' u obtención colaborativa de noticias: atraer al público al proceso y colaborar con él para asegurar que todos tenemos mejor información cuando más importa.

Andy Carvin, que recientemente abandonó su trabajo como responsable senior de Estrategia Social en NPR, es quizá el profesional más conocido y experimentado de la verificación de contenidos colaborativos. Ha dicho que la clave es trabajar con la gente para, como dice el lema de la NPR, "crear un público más informado".

"Cuando irrumpe una gran historia, no deberíamos usar los medios sociales solo para despachar los titulares más recientes o solicitar a la gente sus impresiones tras el hecho", dijo en un discurso clave en el International Journalism Festival. Continuó así:

"No deberíamos dejar de solicitar su ayuda ni siquiera al intentar cubrir una gran historia. Deberíamos ser más transparentes acerca de lo que sabemos y lo que no sabemos. Deberíamos atajar activamente los rumores que circulan en la Red. Más que pretender que no están circulando o que no son de nuestra incumbencia, deberíamos abordarlos de frente, retando al público a cuestionarlos, a escrutarlos, a entender de dónde pueden haber venido y por qué".

Este libro es una guía para ayudarnos a todos -periodistas, profesionales de la ayuda de emergencia, reporteros ciudadanos y cualquier otra persona- a obtener las habilidades y el conocimiento que nos permita colaborar durante los eventos críticos para separar las noticias del ruido, y en última instancia para mejorar la calidad de la información disponible en nuestra sociedad, cuando más importa.

Caso de Estudio 1.1: Separando rumores de hechos en una zona en conflicto de Nigeria



Stéphanie Durand maneja alianzas estratégicas con los medios y un número de proyectos en la [United Nations Alliance of Civilizations](#) en Nueva York. Ella se encarga de organizar entrenamientos con los medios, convocar reuniones de expertos y editores, desarrollar proyectos multimedia, conducir la promoción de una página web de expertos y administrar un portafolio de más de 80 socios. Previamente trabajó en el Instituto de Estudios Políticos de París (Sciences Po) como directora adjunta del American Center y luego en la Facultad de Periodismo, donde desarrolló la estrategia internacional. De origen franco-alemán, ella posee una Licenciatura y Maestría (B.A./M.A.) del Sciences Po de París y una Maestría (M.Sc.) de la Escuela de Economía de Londres en Relaciones Internacionales. Su Twitter es [@steffidurand](#).

La región de Jos en Nigeria Central tradicionalmente es conocida como el “Hogar de la Paz y el Turismo”. Hoy en día, y durante cierto tiempo ya, ha estado siendo el hogar de una guerra constante con orígenes religiosos y sectarios.

Jos abarca la frontera norte-sur de Nigeria. La parte norte del país es predominantemente musulmana; el sur es predominantemente cristiano.

La crisis en Jos ha dado pie a titulares alarmantes tales como “Asaltantes Islámicos Asesinan Cientos de Cristianos cerca de Jos” y “Musulmanes Masacran a Cristianos en Nigeria Central”. Estos titulares, así como otros parecidos, llevaron a algunos líderes religiosos a culpar a los medios por incitar a la violencia, debido a la naturaleza provocativa de los reportes.

El hecho es que sí hay violencia mortal en Jos y que la prensa debe reportarlo con precisión. Para hacerlo, la prensa debe filtrar un número creciente de rumores que se difunden vía mensajes de texto, redes sociales y blogs (y tener el cuidado de evitar publicar información falsa que empeore aún más la situación).

Los periodistas locales se ven expuestos también a intimidaciones, auto-censura y miedo a represalias por parte de las autoridades o militantes. Los medios internacionales se enfrentan a los desafíos de la disminución de recursos que dan como resultado que los reporteros foráneos tengan que trabajar solos para cubrir toda una región.

Esto puede afectar su conocimiento del contexto local y la sensibilidad al mismo. También aumenta su dependencia de contenidos recolectados y distribuidos por testigos en sitio (a menudo desconocidos). Los periodistas deben ser cuidadosos al verificar lo que descubren, de lo contrario se corre el riesgo de aumentar las tensiones y generar ataques en represalia, basados en nada más que rumores.

En enero del 2010, cuando los medios informativos comenzaron a reportar otro conflicto importante en Jos, empezaron a correr rumores acerca de la existencia de hordas armadas con cuchillos y machetes alrededor de las casas, mezquitas e iglesias. Los

testigos reportaban causas distintas para el conflicto: algunos decían que era debido a la reconstrucción de casas destruidas en los disturbios del 2008, otros que era por una pelea durante un partido de fútbol, o por la quema de una iglesia.

Los mensajes de texto también jugaron un rol significativo en la incitación directa a la violencia con mensajes tales como "mátalos antes de que te maten a ti. Asésinalos antes de que te asesinen a ti".

Al mismo tiempo, los blogs regularmente publicaban fotos de las víctimas de la violencia.

El proceso de verificación es más crucial que nunca en una situación donde las percepciones incorrectas y el miedo penetran en todos lados. Es esencial para los periodistas sustraerse a sí mismos de las pasiones de los involucrados, así como verificar la exactitud de aquellos reportes que narren o describan visualmente violencia étnica o religiosa. Desmentir un rumor falso acerca de una matanza o una crisis inminente puede, literalmente, salvar vidas.

Como es el caso en otros lugares, las redes sociales perpetúan la desinformación en Jos, mientras que al mismo tiempo permiten a los periodistas conectarse e interactuar con miembros del público como parte de su trabajo. Las redes sociales también proveen una plataforma para responder a rumores y verificar la información, lo que en última instancia genera el tipo de confianza y transparencia necesarias para evitar el escalamiento del conflicto.

En Jos, la aplicación de la verificación, en colaboración con el público, ayuda a los medios a jugar un papel en la distensión y contención del conflicto. Ello da como resultado, y alienta, el periodismo imparcial y preciso que tanto se necesita.

Y aunque ciertamente esta no es la única respuesta necesaria para aliviar las tensiones, este tipo de periodismo contribuye en gran medida a disipar el miedo, las sospechas y la ira que se encuentran en el corazón mismo de los conflictos étnicos y religiosos.

Capítulo 2: Los fundamentos de la verificación: normas a las que ceñirse



Steve Buttry es 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 40 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](https://twitter.com/stevebuttry).

En 1996, desarrollé un proyecto en un instituto americano [sobre un equipo femenino de baloncesto que había ganado el campeonato del estado de Iowa 25 años antes](#). Entrevisté a los 12 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 pregunté 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.

Yo no cuestioné estos recuerdos consistentes en mi reportaje, pero entendí casi por casualidad que eran exagerados. Una de las chicas me prestó un vídeo del partido. Lo vi entero, escrutando detalles que fueran de ayuda para mi historia. No estaba retando la memoria de nadie, pero cuando terminó la cinta, pensé que me debía haber perdido algo. Así que miré de nuevo.

La pequeña Tanya Bopp sólo 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 sólo 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- me dieron un gran hilo narrativo para [mi artículo](#) pero también me enseñaron 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 nuestro objetivo, la verificación debe ser el estándar.

Hemos de fijarnos y escrutar 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 de periodismo y la 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 éste requiere: ¿Y cómo más lo sabes?

Mientras nos cuestionamos sobre las fuentes y el material, y mientras los colegas nos cuestionan a nosotros, 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 12 mineros de los 13 [atrapados en la mina Sago](#). ¿Cómo no iban a lanzar los reporteros la historia?

Pero estaba equivocado. Doce de los mineros murieron; sólo 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 vídeo que me ayudó a desmontar la leyenda en 1996 no habría estado en manos de uno de los miembros del equipo si hubiera intentado redactar esa historia 15 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 vídeo 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 vídeos digitales hoy en día nos lleva a la importancia del escepticismo. Y, además, cualquier vídeo 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 vídeos 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 vídeos donde muestre o exprese su amor. Encuentra algunas cartas o actualizaciones de Facebook donde manifieste su afecto. Documenta los regalos y acciones que evidencian su cariño. Luego haz lo mismo con cada artículo, cada noticia y cada proyecto.

Caso de Estudio 2.1: Usando las redes sociales como un escáner de la policía.



Anthony De Rosa es el editor en jefe de [Circa](#), una organización enfocada a tomar la delantera en el mercado de los dispositivos móviles. Él fue el editor formal de las redes sociales de Reuters y tiene más de 15 años de experiencia como un tecnólogo para compañías tales como: Newmark Knight-Frank, Merrill Lynch, Bristol-Myers Squibb y Reuters Media. En el 2011, ganó un premio como mejor narrador e innovador entregado por Reuters, por haber cubierto eventos en vivo utilizando las redes sociales, y recientemente ganó un premio al periodismo por parte del periódico El Mundo. Su cuenta de Twitter es: [@AntDeRosa](#).

El medio por el cual obtenemos información puede cambiar, pero los principios de verificación siempre aplican. Confrontar lo que ves y escuchas, buscar y verificar las fuentes y hablar con las fuentes oficiales y/o primarias, sigue siendo el mejor de los métodos para poder realizar un reporte preciso.

En Circa, estamos rastreando noticias de todo el mundo, pero publicamos sólo lo que podemos confirmar. Eso requiere que usemos las redes sociales para hacer seguimiento de las noticias a penas suceden, con la intención de verificar la información.

Recuerda que la información en las redes sociales debe ser tratada de la misma manera como se trata cualquier otra fuente: con extremo escepticismo.

Para la mayoría de las cosas, veo la información de la misma manera como vería algo que hubiese escuchado de la policía. Absorbo mucho y descarto muy poco. Uso la información como una pista a la cual seguir, en una manera tradicional. Hago llamadas telefónicas, envío correos y contacto fuentes primarias que me puedan confirmar (o bien, ayudar a descartar) lo que estoy escuchando y/o viendo.

En el caso del tiroteo en el Aeropuerto de Los Ángeles, ocurrido en 2013, pudimos observar reportes por parte de testigos en el aeropuerto y contactamos al departamento policial de esa ciudad (LAPD), la oficina federal de investigaciones (FBI) local y las oficinas forenses del condado. Si no podíamos verificar la información, la almacenábamos hasta poder hacerlo.

Incluso en los casos donde las más grandes organizaciones estuvieron reportando información, la hemos almacenado hasta poder confirmarla con fuentes primarias. Usualmente, estas organizaciones citan fuentes anónimas, aparentemente provenientes de organizaciones policiales, que han resultado ser poco confiables tras confirmar con las mismas.

Usando TweetDeck para monitorear actualizaciones

Si las redes sociales se pueden utilizar como un escáner policial, TweetDeck es tu radio. Hay varias maneras con las que puedes crear un tablero para monitorear flujos de actualizaciones.

Yo creo listas de usuarios en Twitter adelantadas en el tiempo por usuarios escogidos con detenimiento. Mi lista de tópicos incluyen organizaciones policiales en grandes ciudades, reporteros confiables y organizaciones de noticias para grandes ciudades y reporteros especializados. Puedo añadir estas listas en columnas de TweetDeck y correr búsquedas contra ellas, o simplemente dejarlas arriba para monitorearlas.

Un avión pequeño aterriza en el Bronx

Aquí está cómo he usado las búsquedas en TweetDeck en Enero del 2014, durante el aterrizaje de emergencia de un avión pequeño en una autopista del Bronx (uno de los condados de Nueva York), para descubrir reportajes y por triangular y verificar lo que vi.

Pude ver aparecer varios tuits en mi línea de tiempo, mencionando el aterrizaje del avión en la autopista mayor Deegan en la sección de Bronx en Nueva York, lo cual no es una ocurrencia 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

Los aviones aterrizaron cerca de las 3:30 p.m. (hora local de Nueva York). (El tuit aparece en horario estándar del pacífico (PST)). Este fue uno de los primeros tuits en reportar el aterrizaje. Sigo a algunas cuentas del área de Nueva York, las cuales actúan como un escáner policial sobre lo que sucede en el área. No reporto nada hasta que pueda confirmarlo, pero es útil tener esas fuentes como alertas potenciales, que además permiten comprender más a fondo la situación.

Luego de ver los reportes iniciales, procedí a buscar en TweetDeck tuits relacionados que tuviesen sólo imágenes o vídeos. Busqué los términos: "avión pequeño" y "Bronx".

Los resultados arriba muestran que fuentes de noticias

Q "small plane bronx..."

Content Showing Images and videos, matching 'small plane bronx'

Users Any

Engagement Any

Alerts None

Previews Off · S · M · L

Share Clear Remove

 **New York City Alert...** 1m
Bronx: Major Deegan Expy at East 233 St. 3 injured after small plane lands on the Major Deegan Expy.
pic.twitter.com/T1cmSQiSr8

Open



Mark Spourer retweeted

 **KGW News @KGWN...** 7m
Small plane makes emergency landing on Bronx expressway
bit.ly/1cQaEQX
pic.twitter.com/HH56fslz9N

Open



locales estuvieron reportando el aterrizaje del avión con imágenes. Además encontré información adicional e imágenes en una búsqueda más amplia para ver todos los tuits cuya ubicación estuviese en un radio de 5 millas de Nueva York, y las palabras clave "avión pequeño" y "bronx":

También busqué dentro de mis listas especializadas de cuentas verificadas pertenecientes al Estado de Nueva York y agencias de la ciudad, y utilicé el filtro de ubicación de nuevo. Estas fuentes creíbles ayudaron a confirmar el evento (ver abajo).

A este punto, contacté con la oficina de información pública para el Distrito Federal de Nueva York para confirmar lo que vi y preguntar por otros detalles que pudiesen tener. Me dijeron que habían tres personas a bordo, dos pasajeros y un piloto. Luego me dijeron cuál era el modelo del avión, a nombre de quién estaba registrado el avión, y el hospital al cual el piloto y los pasajeros habían sido llevados. Las redes sociales nos llevaron al evento, pero teníamos que ubicar los detalles de manera tradicional.

Sintiendo que habíamos obtenido suficiente información creíble para empezar, escribimos nuestro reportaje (ver abajo). La aplicación de Circa ofrece a los lectores una opción para seguir una historia y recibir actualizaciones a medida que más información es añadida. Nuestro proceso consiste en publicar una historia tan pronto nos es posible, con los reportes verificados, y continuar buscando personas confiables (organizaciones de control ciudadano, fuentes primarias) para confirmar la validez de las actualizaciones en las redes sociales. En algunos casos contactamos a quienes han publicado información por Twitter y tratamos de determinar si son confiables.

Construyendo un cuerpo de evidencias

La información que ves en las redes sociales debería ser el primer paso para empezar a intentar verificar lo que realmente sucedió, no la última fuente decisiva.

La clave es observar tanto como se pueda, absorber esa información y compararla con otros contenidos, para construir un cuerpo de evidencias. Encontrar maneras de corroborar lo que encuentras mediante el contacto directo

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/T1cmSQiSr

8



Open

con las personas conectadas a los hechos.

Como dije anteriormente, traten a las redes sociales como un escáner policial.

Content

Showing

matching

excluding

retweets

Users

Alerts

Previews

[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 Expsrwy. 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.



Capítulo 3: Verificar contenidos generados por los usuarios



Claire Wardle es investigadora del Tow Center de la Universidad de Columbia en un proyecto sobre contenidos generados por los usuarios y noticias en televisión. Claire diseñó el programa de formación en Social Media de la BBC en 2009 e impartió formación a periodistas de todo el mundo sobre reporte y verificación. En los dos últimos años Claire ha estado trabajando para [Storyful](#). Claire tiene un doctorado en Comunicación por la Annenberg School for Communication de la Universidad de Pennsylvania. Ella es [[@cward1e](#)] (<https://twitter.com/cward1e>) en Twitter y publica en el blog [clairewardle.com](#).

En menos de una década el proceso de reporte se ha visto transformado por dos importantes desarrollos.

El primero ha sido la tecnología móvil. En el verano de 2013 se alcanzó un importante punto de inflexión. Por primera vez, [más de la mitad \(55 por ciento\) de todos los nuevos móviles vendidos fueron teléfonos inteligentes](#).

Por definición un teléfono inteligente tiene una cámara fotográfica de alta resolución con capacidad para grabar video y permite al usuario conectarse fácilmente a Internet para difundir las fotografías. Como resultado cada vez más personas tienen la tecnología en sus bolsillos para rápidamente filmar los hechos que suceden a su alrededor y compartirlos directamente con la gente a los que pueda interesar, así como compartirlos con una audiencia mucho más amplia a través de las redes sociales.

En segundo lugar, el desarrollo de la web social. Cuando la BBC creó a principios de 2005 el User Generated Content Hub (centro de contenidos generados por los usuarios), dependían de que la gente les enviara los contenidos a una única dirección de correo electrónico. En aquel momento Facebook tenía apenas más de 5 millones de usuario, y no los más de mil millones que tiene hoy. Youtube y Twitter ni siquiera habían sido creados. Hoy, cada minuto [son subidos 100 horas de contenido a YouTube](#), son enviados 250.000 tuits y 2, 4 millones de piezas de contenido son compartidas en Facebook.¹ El comportamiento de la audiencia ha cambiado sustancialmente.

Más que grabar algo cuando es solicitado y enviarlo a un medio de comunicación, la gente dispara lo que ve y lo sube a Facebook, Youtube o Twitter. Los estudios han demostrado que solo una pequeña parte de la audiencia tiene suficiente conocimiento del proceso noticioso para darse cuenta de que lo que han grabado tiene el valor suficiente para enviarlo por iniciativa propia a un medio de comunicación u otro tipo de organización². Básicamente, suben el contenido para compartir su experiencia con amigos y familia.

Cada vez más, en cualquier evento noticioso en el mundo hay "periodistas accidentales": gente que está en el sitio adecuado en el momento adecuado con un teléfono inteligente en sus manos. Como el propio Anthony De Rosa, ex editor de medios sociales de Reuters y actual redactor jefe de Circa [escribe](#): "El primer pensamiento de la persona que dispara no suele ser: 'necesito compartir esta imagen con un canal de televisión', porque no les

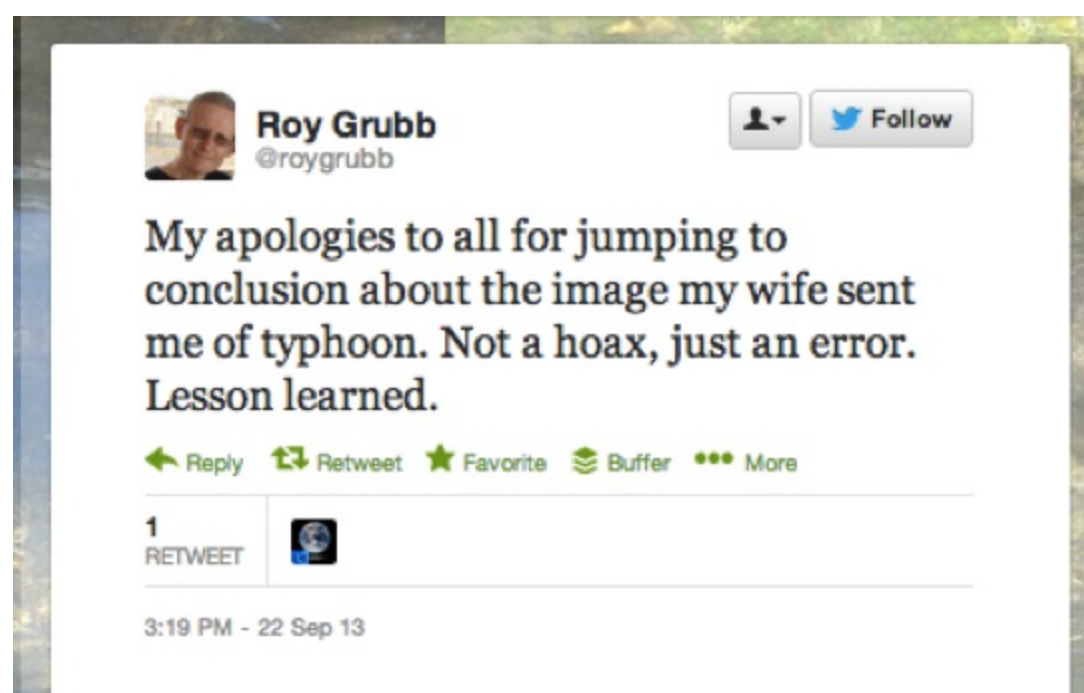
importan los canales de televisión o incluso puede que nunca hayan oído hablar de ellos. Ellos sin embargo, sí que han oído hablar de Internet y allí es donde deciden compartirlo con el mundo".

Del mismo modo, durante las noticias de mayor alcance, la audiencia suele dirigirse a las redes sociales en busca de información ya que los cuerpos de emergencia y las propias organizaciones son los primeros que están utilizando las redes sociales. Desgraciadamente las noticias de gran alcance invitan también a la circulación de información falsa, ya sea de forma deliberada o accidental. Por lo tanto los periodistas y el personal de organizaciones humanitarias deben siempre partir de la idea de que una información es incorrecta. Durante situaciones de crisis, cuando la información puede afectar directamente a vidas humanas, la verificación se convierte en una parte crítica del proceso de investigación y difusión de la información.

La importancia de la verificación

La capacidad de que cualquiera pueda subir contenido y etiquetar o describir como testigo de cierto evento, deja a muchos periodistas, en particularmente a los redactores, asustados ante la posibilidad de ser víctimas de información o contenidos falsos.

Algunas personas ponen mucho esfuerzo para tratar de engañar a los medios, creando sitios web falsos, inventándose cuentas de twitter, retocando imágenes o editando videos. Con frecuencia los errores que se cometen no son deliberados. A menudo muchos usuarios tratando de ser útiles encuentran contenidos mal identificados de noticias anteriores y los acaban compartiendo. Aquí debajo hay un ejemplo de un hombre disculpándose después de haber [tuiteado una foto](#) que su mujer le había enviado por correo electrónico. Ella le dijo que mostraba el tifón Usagi en su camino hacia Hong Kong, pero de hecho se trata de una imagen más antigua de otro evento.



La gente que descarga contenido por Youtube y que lo sube a sus propias cuentas asegurando que son suyos, causan también problemas. No se trata de un "engaño" - es más bien lo que se conoce como un "hurto" o "scrape"- pero significa que es necesario trabajar más duro para conseguir dar con el usuario que subió el contenido original.

La dificultad para encontrar los archivos originales quedó puesta de manifiesto cuando el Comité de Inteligencia del Senado norteamericano [publicó una lista de 13 videos](#) que habían aparecido originalmente

en Youtube y que fueron utilizados para tratar de buscar pruebas relacionadas con el ataque con armas químicas en el este de Gouta en Siria. Algunos de estos videos fueron tomados de un popular canal de Youtube que regularmente publica nuevamente videos de los canales de otros usuarios. Esto sugería que los videos de la lista no eran los archivos originales y no eran más que videos publicados nuevamente. Utilizando diferentes tipos de técnicas de verificación, Félim McMahon de Storiful fue capaz de descubrir las versiones originales de estos videos. Él escribió sobre este proceso [aquí](#). Lo que este caso demuestra es que los temas de verificación ya nunca más serán una preocupación en exclusiva de la comunidad periodística.

Comprobaciones para verificar

La verificación es una habilidad clave que es posible llevarla a cabo gracias a herramientas gratuitas en línea y técnicas periodísticas tradicionales. Ninguna tecnología puede verificar una pieza de contenido generada por los usuarios con un 100 % de seguridad. Sin embargo, el ojo humano o los investigadores tradicionales tampoco son suficientes. Se trata de una combinación de ambas.

Cuando un periodista o personal de organizaciones humanitarias encuentra una información o un contenido a través de las redes sociales, o se lo han hecho llegar, hay 4 elementos que es necesario confirmar:

1. Procedencia: ¿Es este el archivo original del contenido?
2. Fuente: ¿Quién ha subido el contenido?
3. Fecha: ¿Cuándo fue creado el contenido?
4. Localización: ¿En qué lugar fue creado el contenido?

1. Procedencia: confirmando la autenticidad de un contenido

Si encuentras un contenido en un perfil de una red social tienes que llevar a cabo un par de comprobaciones para asegurarte que ese perfil es real.

En el caso de un tuit, tienes que conocer el sitio web lemmetweetthatforyou.com permite crear un tuit falso de cualquier usuario y que puede ser compartido en forma de imagen con una facilidad sorprendente.

Otra manera de difundir información falsa en Twitter es presentando la información como un retuit. Por ejemplo: "En serio? RT@JoeBiden Anuncio mi retirada de la política". Esto hace parecer que estás simplemente retuiteando un tuit original.

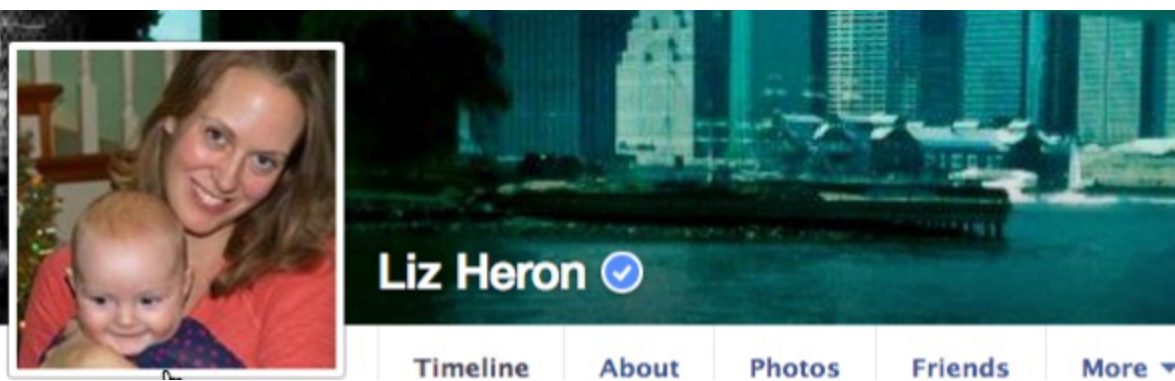
Los impostores a menudo añaden una marca azul de verificación a su foto de portada para parecer que son perfiles legítimos. Para comprobar si un perfil ha sido realmente verificado pasa el cursor sobre la marca azul y verás aparecer el texto "verified account". Si no aparece, no se trata de una cuenta verificada.

Facebook introdujo un programa similar de verificación de perfiles utilizando el mismo signo azul para personajes famosos, periodistas y cuentas oficiales de gobiernos. Las marcas de verificación pueden aparecer tanto en páginas de Facebook como en perfiles personales.

(Al igual que Twitter, Facebook gestiona su programa de verificación y decide qué peticiones de verificación acepta). En las páginas de Facebook, como en el ejemplo de la página de Usain Bolt, la marca aparece debajo de la foto de portada, junto al nombre de la persona.

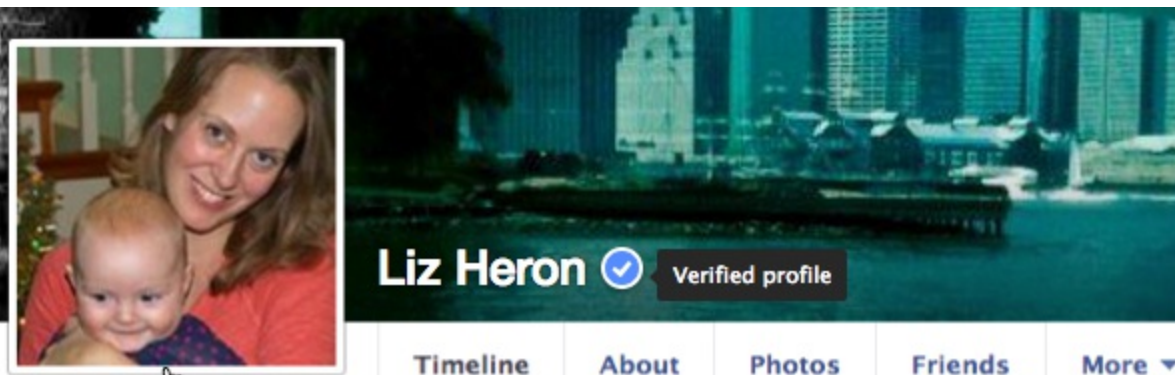


En los perfiles personales, la marca aparece en la foto de portada. Aquí tenemos el perfil de Liz Heron, editora de medios emergentes del Wall Street Journal:



Vale la pena señalar que como twitter, ha habido gente que ha creado con Photoshop falsas marcas sobre las fotos de portada. Así que como ocurre en twitter, si pasas el

ratón por encima de la marca azul, la frase "Verified profile" debe aparecer.



Pero como también ocurre con Twitter, el proceso de verificación está lejos de ser transparente, es por eso que con gente que no es famosa puede no ser tan claro si un perfil

es real o fraudulento, o si es que simplemente no son suficientemente famosos para ser verificados.

Pero incluso con estos programas de verificación, no hay un modo rápido para verificar cuándo un perfil es real, más que comprobar meticulosamente todos los detalles disponibles en el perfil. Los elementos que deben revisarse incluyen los sitios webs enlazados desde el perfil, la localización, fotos y videos previos o anteriores actualizaciones o tuits. ¿Quiénes son sus amigos o sus seguidores? ¿A quiénes está siguiendo? ¿Aparece incluido en la lista de otras personas?

Si estás analizando una pieza de contenido, como una foto o un video, una de las primeras

preguntas a hacerse es si esa pieza es el archivo original. Utilizando herramientas de búsqueda invertida como TinEye o Google Images³, puedes averiguar si el contenido ya fue publicado con anterioridad online. (Para más detalles sobre cómo utilizar estas herramientas, mirad el capítulo 4 de este libro).

Aunque los engaños deliberados son poco frecuentes, también ocurren. En los últimos años ha habido videos falsos relativamente inocuos producidos por [empresas de relaciones públicas que buscan publicidad](#), y por [estudiantes haciendo un trabajo final](#). Ha habido también intentos deliberados de crear contenido falso, concretamente en Siria y Egipto, donde desacreditar al "enemigo" puede conseguirse a través de contenido con apariencia de ser fiable compartido en redes sociales.

Las técnicas incluyen crear un sitio web fraudulento con una apariencia idéntica al original y [atribuirse la autoría de un ataque con bomba](#), o escenificar un espantoso incidente y culpar a la parte oponente. Hoy es relativamente fácil manipular y tanto si eres Nancy Pelosi [tratando de hacer una fotografía con todas las mujeres congresistas](#) incluso si algunas de ellas llegan tarde a la cita, o si un grupo de activistas sirios comparten un video donde [aparece un hombre que supuestamente está siendo enterrado vivo](#), cualquier periodista o profesional de la ayuda humanitaria tiene que partir de la idea de que el contenido es falso. (Ver el Caso de Estudio 5 de este libro para más detalles sobre cómo verificar videos).

2. Confirmar la fuente

El objetivo final cuando intentamos verificar contenidos generados por los usuarios es la identificación de la persona que subió el contenido a Internet y tratar de ponerse en contacto con él.

En esa conversación las preguntas claves incluyen descubrir dónde estaba la persona cuando grabaron el hecho, qué podían ver, y el tipo de cámara utilizada para captar las imágenes. (Estas preguntas contienen los datos esenciales para contestar al test básico "¿Cómo saben eso?" que propone Steve Buttry en el capítulo anterior).

Si alguien trata de pasar información falsa, sea de manera deliberada o no, con frecuencia si se interroga a esa persona directamente, esta acaba admitiendo que en realidad no fue ella quién captó las imágenes. Además es posible contrastar algunas de sus respuestas con la información disponible examinando el archivo EXIF de la foto, o comparando los videos con una localización concreta en Google Street View, que detallaremos en los próximos capítulos.

Pero lo primero que hay que hacer es encontrar a la persona autora del contenido. Investigar la historia de la subida de un contenido a la Red puede parecer una investigación policial a la antigua usanza y quizá podrá hacerte sentir más como un acosador que como un periodista o un investigador.

Algunas personas acumulan gran cantidad de información en sus perfiles sociales, y un nombre real (especialmente aquellos que no son muy comunes) puede ofrecer gran abundancia de información. Como más gente vive su vida en diferentes redes sociales, con frecuencia son poco conscientes de cómo con diferentes pistas combinadas entre si puede

construirse un importante dossier informativo sobre ellos. Un perfil de YouTube con poca información personal pero que incluya una dirección web puede llevar a un periodista a la dirección física de la persona, su correo electrónica y su número de teléfono a través de la información que proporciona la web whois.⁴

3. Confirmar la fecha de un evento

Comprobar la fecha de un video puede ser uno de los elementos más difíciles de verificar. Algunos activistas son conscientes de este hecho y muestran un periódico del día, con la fecha claramente visible cuando comparten su grabación. Esta no es por supuesto una prueba infalible, pero si un usuario se convierte en conocido y de confianza para las organizaciones, tanto de noticias o como las humanitarias, esta puede ser una útil información adicional.

Tenga en cuenta que YouTube establece la hora de un video utilizando la hora estándar del Pacífico. Esto puede significar que un video parezca que haya sido subido antes de que un evento se produjera.

Otra manera para comprobar la fecha es utilizando la información meteorológica. [Wolfram Alpha](#) es un motor de conocimiento computacional que, entre otras cosas, permite comprobar el tiempo de una fecha concreta. (Simplemente escribe una frase como "Cuál fue el tiempo en Caracas el 24 de septiembre de 2013" para obtener una respuesta). Esto puede ser combinado con tuits y datos de los servicios meteorológicos locales, así como con otros contenidos subidos desde la misma ubicación en el mismo día, para contrastar el tiempo.

4. Confirmar la ubicación

Solo una pequeña parte del contenido es automáticamente geolocalizado, pero las plataformas de mapas -Google Maps, Google Earth, Wikimapia- te permiten ubicarte donde la cámara hubiera sido colocada. Esta es una de las primeras comprobaciones que deben hacerse para verificar videos y fotos, y es bastante increíble lo que puede llegar a ser localizado ⁵. Sin embargo la geolocalización es siempre más difícil cuando las imágenes no están actualizadas, por ejemplo en Siria a causa de los daños que hayan podido sufrir por explosiones y bombardeos, o después del paso del huracán Sandy en Long Island.

Los activistas que son conscientes de los retos de la verificación con frecuencia enfocan hacia arriba antes o después de grabar algunas escenas que permitan identificar un edificio que pueda ser localizado en un mapa, ya sea una torre alta, un minarete, una catedral o una señalización. Esto se debe en parte a las demandas de los medios de comunicación a los grupos de activistas ⁶, así como [los propios activistas que comparten consejos sobre buenas prácticas](#) a la hora de subir contenido generado por ellos a las redes sociales.

La verificación como proceso

Desgraciadamente, la gente ve la verificación como una acción de "sí o no": algo ha sido verificado o no.

En la práctica, como hemos descrito anteriormente y en los siguientes capítulos, la

verificación es un proceso. Es relativamente extraño que todas estas comprobaciones ofrezcan respuestas claras. Es por tanto una decisión editorial cuándo utilizar un contenido que proviene de un testigo.

Dos recientes estudios académicos realizaron un análisis de contenidos de las versiones árabes de BBC y de Al Jazeera. Revelaron que si bien estas comprobaciones son llevados a cabo por el equipo de la redacción y son consideradas como indispensables, los resultados de estas comprobaciones no suelen ser compartidos con la audiencia.

Como Juliette Harkin concluyó en [su estudio de 2012](#), “ni la BBC en árabe ni Al Jazeera mencionaron explícitamente en ningún programa o videos que fueron analizados, si las fuentes fueron verificadas o si eran fiables. La explicación que suele darse del tipo "esta grabación no ha podido ser verificada", estuvo ausente en todo el contenido que fue evaluado en el estudio.”⁷

Hay movimientos recientes para aumentar la transparencia con la audiencia en cuanto a las comprobaciones que hacen los periodistas cuando una pieza de contenido generada por los usuarios es utilizada por el medio de comunicación.

La agencia AP y BBC están trabajando para hacer sus procesos de verificación más claros. En agosto de 2013 la BBC [dijo](#) que desde [un exhaustivo estudio sobre el uso de los contenidos generados por los usuarios durante la primavera árabe](#), “la BBC ha adoptado una nueva expresión para todo el contenido generado por el usuario en el que no haya sido posible una verificación independiente”, permitiendo a la audiencia saber lo que saben.

Es probable que en los próximos años surja una nueva gramática de la verificación, con una audiencia que esperará que se les diga lo que se sabe y lo que no sobre un contenido generado por los usuarios que proviene de las redes sociales. Con una audiencia que es capaz de ver la misma grabación que los medios y otros agentes toman de la multitud, este nivel de transparencia y de rendición de cuentas será necesario.

-
1. Estos datos cambian continuamente, pero este es el intento más reciente de medir la actividad en las redes sociales más populares <http://blog.qmee.com/qmee-online-in-60-seconds/>[↵]
 2. <http://www.bbc.co.uk/blogs/knowledgeexchange/cardiffone.pdf>[↵]
 3. Un periodista debe siempre comprobar ambas herramientas. A veces los resultados que aparecen en una no lo hacen en la otra.[↵]
 4. Ver estos dos artículos del blog de Malachy Browne, editor de noticias en Storyful, sobre cómo seguir la información de la gente que sube contenido utilizando la información que aparece en las redes sociales: <http://blog.storyful.com/2012/10/09/find-that-fireball-when-journalist-turns-stalker/> y <http://blog.storyful.com/2013/04/16/finding-facts-in-the-heat-of-the-moment/>[↵]
 5. Ver este artículo sobre geolocalización de la posición de una explosión de un tanque en Siria: <http://blog.storyful.com/2013/03/13/the-changing-nature-of-conflict-and->

[technology/↵](#)

6. Ver el estudio de Harkin.↵
7. Ver estudio de Harkin, página 31↵

Caso de Estudio 3.1: Monitoreando y verificando las elecciones parlamentarias ucranianas



Anahi Ayala lacucci es la consejera senior de innovación para el [Internews Center for Innovation & Learning](#) (Centro Internews de Innovación y Aprendizaje) y el Proyectos de Medios Humanitarios de Internews. Durante los últimos cuatro años ha trabajado en las aplicaciones de la tecnología e innovación a crisis humanitarias, desarrollo de medios, prevención de conflictos y derechos humanos alrededor del mundo para organizaciones como el Banco Mundial, la ONU, NDI y Freedom House, entre otras. Anahi publica en línea en anahiayala.com y tuitea como [@anahi_ayala](https://twitter.com/anahi_ayala)(https://twitter.com/anahi_ayala).

Durante las elecciones parlamentarias ucranianas de otoño de 2012, [Internews Ucrania](#), una ONG local soportada por la organización de medios global sin fines de lucro [Internews](#), llevó a cabo un proyecto de monitoreo electoral llamado Elect.UA. El mismo hizo uso de *crowdsourcing* o colaboración colectiva, telefonía móvil, redes sociales, monitoreo electoral profesional y monitoreo de medios para supervisar la campaña electoral y posibles violaciones o manipulación de los resultados.

El proyecto se construyó sobre una estructura bastante compleja: 36 periodistas alrededor del país reportaban historias durante la campaña electoral y el día de las elecciones. Al mismo tiempo, tres organizaciones distintas de monitoreo electoral tenían empleados reportando sobre la misma plataforma usando SMS, formatos en línea y correo electrónico. Elect.UA también invitó a los ucranianos a reportar acerca de sus experiencias electorales usando las redes sociales (Twitter y Facebook), tecnología móvil (SMS y una línea directa), una aplicación para teléfonos inteligentes, un formato en línea o correo electrónico.

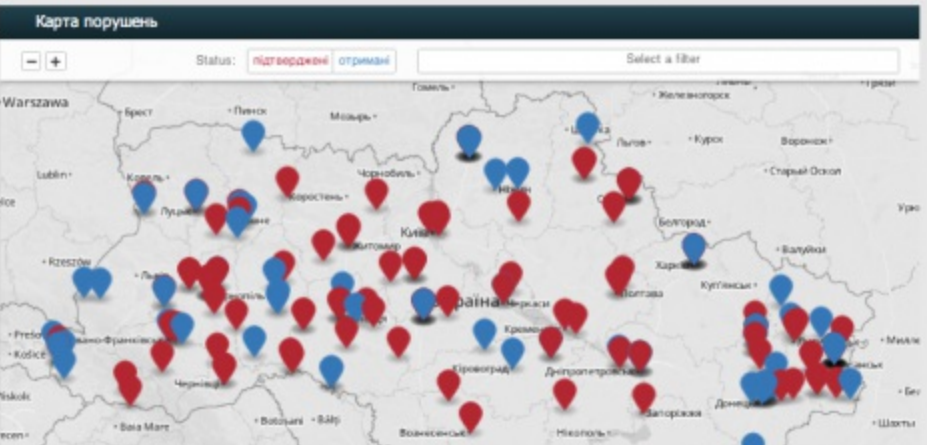
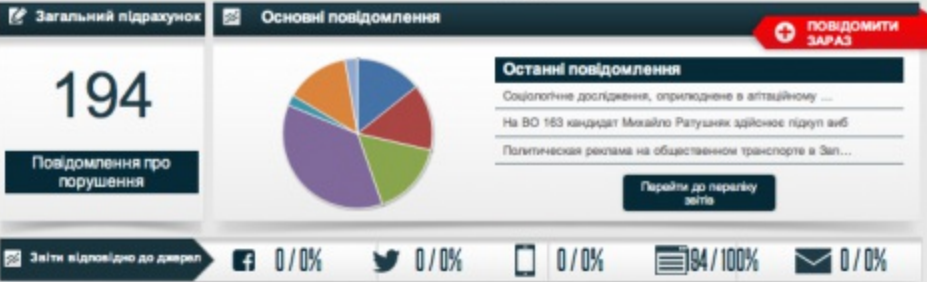
Toda la información proveniente de los periodistas capacitados por Internews así como de los monitores electorales era automáticamente etiquetada como verificada, mientras que los mensajes del público eran sometidos a verificación por parte de un equipo de 16 administradores en Kiev.

Para los mensajes provenientes del público, el equipo de administradores estableció un protocolo de verificación basado en la fuente de la información: tecnología móvil, redes sociales, formato en línea o correo electrónico.

Por cada fuente, el equipo intentaba verificar al remitente de la información (de ser posible), el contenido de dicha información y su contexto. Por cada uno de esos componentes, el equipo también intentaba establecer si algo podía ser verificado en un 100% o sólo parcialmente.

Para la información proveniente de las redes sociales, la imagen de abajo muestra el modelo de árbol de decisión usado por los administradores en el proceso de verificación.

[Clic para ver el diagrama completo](#)



El primer paso era ejecutar una búsqueda en línea de la información y su fuente para identificar todas las trazas digitales posibles de dicha persona, así como la pieza de contenido (por ejemplo, examinábamos otras cuentas de redes sociales, menciones de parte de artículos en los medios, información acerca de universidades, afiliaciones, etc.). La búsqueda estaba dirigida a determinar si la persona era una fuente confiable y si había alguna traza de la información que proporcionaban en algún otro lado en línea.

El segundo paso era usar la información recolectada para armar un perfil de la persona, así como un perfil del contenido que dicha persona proporcionaba. Para cada una de las 5W (el quién, qué, cuándo, dónde y por qué, por sus siglas en inglés) los administradores tenían que determinar cuidadosamente lo que podían comprobar y lo que no.

Check the bio

- B. Google the name and surname and find out if:
- C. Check any other related account/page/blog relate
- D. Check the possible location of this person

Check friends and network

- A. Do they belong to a specific group/
- B. Who trusts them and who does he/s
- C. Does he belong to any group/party

Check the content

- A. What is he/she talking about?
- B. Does he follow a specific path of topics or it
- C. Does he have very strong opinions?
- D. Does this person seem trustworthy?
- E. Is there any unusual activity?

Check online to see if the information reported is also found in any other

Para el contenido multimedia, el

protocolo de verificación de fuentes era el mismo, pero contábamos con una ruta distinta para el contenido. Las fotos y videos eran verificados buscando cualquier punto de referencia identificable, así como analizando el audio (para identificar idioma, dialectos,

jerga, ruido de fondo, etc.), las ropas y la iluminación (artificial ó natural), entre otros elementos del contenido.

Cuando una pieza de información no podía ser verificada con un grado suficiente de certidumbre, el reporte era enviado de vuelta a un monitor electoral o a un reportero en sitio para una verificación en tiempo real y en persona.

Por ejemplo, el 28 de septiembre del 2012, Elect.UA recibió un mensaje anónimo por medio de su página web diciendo que el candidato parlamentario Leonid Datsenko había sido invitado a una discusión por parte de un extraño y que luego había sido intimidado para forzarlo a que se retirara de las elecciones.

Al siguiente día, los administradores de la plataforma encontraron [un artículo](#) en una fuente confiable que incluía un registro del intercambio. Aún así retuvimos el reporte para su verificación y luego, el 1º de octubre, periodistas locales [reportaron el incidente en una conferencia de prensa](#). Los periodistas locales de Elect.UA igualmente llevaron a cabo entrevistas con servicios policiales locales, los cuales reconocieron que el caso en cuestión era cierto.

En líneas generales, el equipo de Elect.UA logró verificar una cantidad increíble de información usando estos protocolos, y también notaron que mientras más se familiarizaban los administradores con el proceso de verificación, más rápido podían trabajar. Esto prueba que la verificación de contenidos generados por los usuarios es una habilidad que puede ser sistematizada y aprendida, lo que conlleva a resultados eficientes y confiables.

Capítulo 4: Verificando imágenes



Trushar Barot es editor asistente en el centro de redes sociales y contenido generado por usuarios en [BBC News](#) (UGC, en adelante). Ha trabajado en los medios británicos los últimos 15 años, abarcando diarios, televisión, radio, medios en línea, sociales y digitales. Durante los últimos 4 años, ha ayudado a desarrollar e implementar la estrategia de redes sociales de BBC News y su "oficina de noticias sociales" en la nueva sede del centro de Londres. Tuitea como [@trushar](#).

Una imagen poderosa puede definir una historia.

Ese fue ciertamente el caso en el UGC de BBC News en principios de Julio de 2005. Había pasado una semana desde que el equipo piloto inicial fuera establecido para ayudar a curar el contenido enviado a BBC News por las audiencias, y ayudar a que lo mejor de ésto se mostrara a través de la televisión, la radio y los medios en línea.

Entonces, las detonaciones de bombas del 7 de Julio sucedieron.

Esa mañana, a medida que la BBC y otras organizaciones de noticias reportaban una falla eléctrica en el subterráneo de Londres, el equipo de UGC comenzó a ver como una historia muy diferente emergía del contenido enviado por la audiencia a BBC News.



Photo: Alexander Chadwick

Esta fue una de las primeras imágenes recibidas por el equipo. Antes de ser transmitida, la imagen fue examinada cuidadosamente y el remitente fue contactado para verificar su historia y conocer los detalles de lo que había visto. La foto se convirtió, sin poder predecirlo, en uno de los primeros ejemplos

del proceso de verificación de imágenes que se adoptó como práctica estándar en la industria.

Esa imagen, y otras como esa, mostraron el terror y el caos en Londres en los momentos

inmediatos después de los ataques. Como resultado, esto ocasionó que el reportaje de la historia cambiara rápidamente. Este fue el primer ejemplo significativo que probaba que el UGC es crítico para ayudar a BBC News a contar una historia de manera más precisa, mejor y más rápido.

Hoy, el equipo de UGC está integrado en el corazón de la sala de redacción de BBC. Sus 20 periodistas abarcan la televisión, radio, medios digitales y las plataformas de las redes sociales para producir contenido alimentado por las audiencias de BBC o por la más amplia Web.

La verificación es crítica para el éxito de lo que el equipo de UGC produce. La tecnología a evolucionado considerablemente desde 2005, trayendo un auge exponencial al uso de las redes sociales y del poder de los teléfonos móviles. Esos cambios ofrecen grandes beneficios en nuestro proceso de recolección de noticias, particularmente en noticias de último momento; también vienen con grandes retos.

Sea una organización confiada globalmente como la BBC, o un profesional humanitario en el terreno, la necesidad de ser rápido en la recolección y disseminación de imágenes clave en una noticia de último minuto debe balancearse con la necesidad de asegurarse de que las imágenes son creíbles y genuinas. También tenemos que asegurarnos de que los derechos de autor son protegidos y de buscar los permisos apropiados.

Desde aquel día del 2005, el equipo de UGC ha desarrollado un número de acercamientos para ayudar en este proceso. Aún cuando la tecnología seguirá cambiando, al igual que las herramientas que usamos, los principios básicos de la verificación siguen siendo los mismos:

1. Identificar al autor/remitente de la imagen.
2. Corroborar la ubicación, fecha y hora aproximada en la que la fotografía fue capturada.
3. Confirmar que la imagen es aquello que se sugiere o etiqueta.
4. Obtener el permiso del autor/remitente para utilizar la imagen.

Veamos esos puntos más a detalle.

1. Identificar al autor/remitente de la imagen

La manera obvia, y frecuentemente la más efectiva, de hacer esto, es contactar a la persona que cargó la imagen y preguntarle directamente si es, de hecho, la persona que tomó la fotografía.

Contactar a esta persona a través de la cuenta de una red social o de la dirección de correo desde la que se compartió la imagen es un primer paso, pero también es importante tratar de asegurarse de tanta información sobre la persona como sea posible. Esos detalles pueden ayudar a determinar si es en realidad la fuente original de la imagen.

Como se describió en el capítulo anterior, en muchas ocasiones la gente trata de ayudar reenviando imágenes que han visto en otro lugar. Esto sucede frecuentemente en las

organizaciones de noticias; las imágenes son enviadas con buenas intenciones por miembros del público para ayudar a reportar una historia. Solo pedir al remitente que confirme si la imagen le pertenece o no puede ahorrar una gran cantidad de tiempo en el proceso de verificación.

Aunque el seguimiento realizado hasta llegar al origen de una imagen comienza con la persona que la publicó, a menudo termina con una persona diferente; la que realmente capturó la imagen.

Como se apuntó en un capítulo previo, un paso importante es utilizar un servicio la [búsqueda inversa de imágenes de Google](#) o [TinEye](#). Al introducir la URL o una copia de la imagen en cualquiera de los dos ellos harán una búsqueda de coincidencias en la Web. Si se obtienen como resultado varios enlaces a la misma imagen, presione "ver otros tamaños" para investigar más.

Usualmente, la imagen con la mejor resolución o tamaño debería llevarte a la fuente original. En la búsqueda de imágenes de Google, la resolución se muestra junto a cada resultado. Con esta información, puedes comparar con la imagen recibida y ver si la fuente parece auténtica.

Muy a menudo en una noticia de último minuto, no existirán imágenes de personas específicas con las que quieras ilustrar la historia, particularmente si el hecho envuelve a miembros ordinarios del público. Alternativamente, puede que quieras confirmar que la imagen que tienes de alguna persona es de hecho de ellos y no de alguna otra persona con el mismo nombre.

Pipl.com me ha resultado particularmente útil en este punto, dado que te permite hacer referencias cruzadas de nombres, apodos, direcciones de correo electrónico y números telefónicos contra perfiles en línea de las personas. Para búsquedas internacionales, WebMii es un recurso adicional que puede ser de ayuda. LinkedIn también ha probado ser excelente para verificar personas y a menudo ofrece pistas adicionales para hacerles seguimiento a través de las compañías con las que están o han estado relacionados.

2. Corroborar la ubicación, fecha y hora aproximada en la que la fotografía fue capturada

Hay algunas prácticas periodísticas y técnicas útiles para identificar datos como la fecha, ubicación y otros detalles importantes. Una de las principales maneras es a través de la conversación con la persona que publicó la imagen. Estas cinco preguntas continúan superando la prueba del tiempo:

- ¿Quiénes son ellos?
- ¿Dónde están?
- ¿Cuándo llegaron ahí?
- ¿Qué pueden ver (y qué muestra su fotografía)?
- ¿Por qué están ahí?

Un aspecto importante a denotar aquí: si la imagen es de una ubicación peligrosa, siempre es necesario verificar que la persona a la que le estás hablando está segura al hablar contigo. Igualmente toma en cuenta si a través de la transmisión de las imágenes y los detalles de su origen estás comprometiendo la identidad de la persona con la que estás hablando.

De acuerdo con nuestra experiencia en la BBC, las personas que estuvieron realmente en el lugar van a ofrecer respuestas visuales, a menudo al describir detalles en tiempo presente ("Estoy en el medio de la calle X; puedo ver y escuchar Y."). Mientras más vaga sea la respuesta, más precaución deberías tener con lo que la fuente te está diciendo.

Otra técnica útil es pedirle a la persona que envíe cualquier fotografía adicional tomada en el mismo tiempo. Es extraño que una persona tome solo una fotografía en una situación noticiosa. Tener más de una imagen te ayudará a conocer más sobre como se desarrollaron los eventos en cuestión.

Una vez que la fuente te ha contado cómo se capturó la imagen, trabaja para corroborar la información más allá de lo que ya sabes. Dos métodos primordiales pueden utilizarse para investigar sobre los contenidos de la fotografía y triangular esta información con la obtenida de la fuente.

Primero, verifica si la imagen contiene cualquier metadato. Los metadatos, también llamados "EXIF" cuando se trata de imágenes digitales, se refiere a información que está incrustada en la imagen. Si la imagen es original, hay muy buenas posibilidades de que vas a encontrar información sobre el modelo y fabricante de la cámara fotográfica, la hora y fecha de la captura de la fotografía (ten precaución en este punto, si hay una estampa de tiempo, puede que se haya establecido a la configuración de fábrica o en otro huso horario), y las dimensiones de la imagen original, entre otros detalles. Puedes utilizar aplicaciones de Software como Photoshop (mirando en la información del archivo) o utilizar herramientas gratuitas disponibles en línea como Fotoforensics.com o Findexif.com para hacer un reporte de metadatos EXIF.

Carga la imagen y el lector de EXIF mostrará cualquier información contenida en la misma. Algunos de estos datos son útiles para quienes tienen mejor entendimiento técnico de fotografía digital. Pero para la persona promedio, datos tales como la fecha y hora en la que se capturó la fotografía o el tipo de cámara que se utilizó puede ayudar a exponer una fuente falsa.

Una precaución adicional que considerar: la mayor parte de los sitios de redes sociales tales como Twitter, Facebook e Instagram remueven los metadatos originales de las imágenes cuando estas son publicadas en sus plataformas. Flickr parece ser la excepción de este caso.

Segundo, haz referencias cruzadas de la imagen con otras fuentes. Despierta tu detective interior examinando la imagen con detenimiento. Muy a menudo encontrarás pistas que pueden ayudarte a verificar la ubicación y momento en que la imagen fue capturada:

- Números de placa o licencia de los vehículos
- Condiciones climáticas
- Paisajes
- Tipos de vestido
- Señalizaciones y anuncios
- Edificios o establecimientos comerciales fácilmente identificables
- Tipo de terreno de la fotografía

3. Confirmar que la imagen es aquello que se sugiere o etiqueta.

Una imagen puede ser auténtica, pero puede estar etiquetada incorrectamente. Por ejemplo, durante el huracán Sandy, esta imagen se difundió ampliamente en Twitter y fue descrita como una fotografía de tres soldados manteniendo la guardia en la Tumba del Soldado Desconocido durante la tormenta:



La imagen era precisa en cuanto de hecho mostraba a los soldados en la tumba. [Pero había sido tomada un mes antes, no durante Sandy.](#) La fotografía había sido publicada en la página de Facebook de la División Este del Primer Ejército (First Army Division East).

Como parte del proceso de verificación de la fecha, hora y ubicación

aproximada de la imagen, también es importante que confirmes si la imagen es lo que pretende ser. Una imagen auténtica todavía puede ubicarse en un contexto falso.

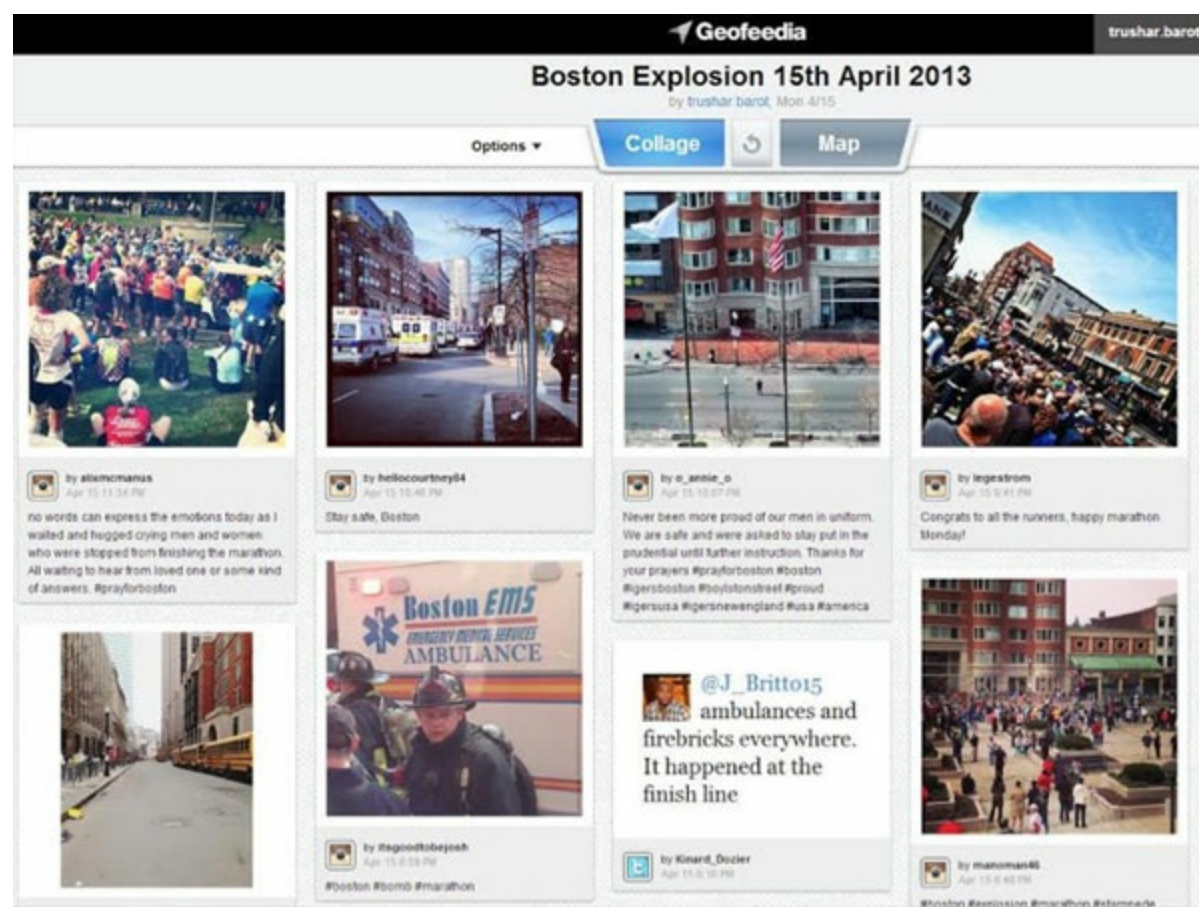
Usa [Google Maps](#), [Bing Maps](#) o [Wikimapia](#) como ayuda para verificar ubicaciones. Con cada vez más frecuencia las imágenes del UGC son etiquetadas en esos servicios, que pueden proveer pistas útiles sobre las cuales hacer seguimiento, así como distintos ángulos de las ubicaciones que estés investigando. (Aprende más sobre el uso de estos servicios en el Caso de Estudio 5: Verificando Vídeo).

Utiliza los sitios de información climática que pueden ofrecerte reportes precisos de las condiciones del clima de una ubicación en la fecha de la captura para confirmar si es

estado del clima en la fotografía coincide. Como se señaló en el capítulo anterior, [Wolfram Alpha](#) es muy bueno para buscar reportes del clima en momentos y ubicaciones específicas.

Si hay un anuncio o señalización visible en un idioma distinto en la imagen, utiliza [Google Translate](#) para buscar más pistas sobre la ubicación. La herramienta de reconocimiento óptico de texto [free-ocr.com](#) puede ser de ayuda si deseas extraer texto desde una imagen para pasarlo luego por un servicio de traducción en línea.

Servicios como los ofrecidos por redes sociales de ubicación como [Geofeedia](#) y [Banjo](#) pueden ayudar a identificar la ubicación desde la que una imagen fue publicada. Estos servicios utilizan datos de posicionamiento satelital generados en el dispositivo desde el que se publicó la imagen. A pesar de capturar solo un pequeño porcentaje del contenido de las redes sociales publicado desde una ubicación específica, ofrecen un filtro inicial de mucha utilidad. La imagen a continuación es un ejemplo de alguna de las fotografías capturadas por Geofeedia inmediatamente después de las detonaciones del maratón de Boston.



Junto con estas herramientas y técnicas, para imágenes también es útil verificar si existen fotografías similares que estén siendo distribuidas por organizaciones o agencias oficiales de noticias. ¿Existe alguna imagen de esa ubicación siendo publicada en las redes sociales por otras personas?. Si estas muestran una escena similar desde un ángulo diferente, esto ayudará a

establecer la credibilidad de la imagen.

Finalmente, siempre vale la pena verificar en [Snopes](#) dos veces si se encuentra una imagen con una escena particularmente fuerte. Snopes se especializa en desmentir leyendas urbanas y desinformación en Internet.

4. Obtener el permiso del autor/remitente para utilizar la imagen.

Siempre es buena práctica solicitar permiso al propietario de los derechos de autor de las

imágenes. En este mismo sentido, las leyes de derechos de autor son cada vez más claras en qué los daños pueden ser demandados por el propietario si no se le piden permisos o si él no los otorga.

Los términos y condiciones de uso de las redes sociales en lo que respecta a los derechos de autor varían para cada servicio. Algunos, como Flickr, muestran claramente junto a cada imagen si el fotógrafo decidió retener todos los derechos de autor, o si permite su uso bajo los términos de alguna licencia de Creative Commons. Es buena idea leer sobre las [licencias de Creative Commons](#) para familiarizarte sobre sus características y diferencias.

Cuando busques permiso, es importante mantener algunas recomendaciones en cuenta:

- Ser claro sobre cuáles son las imágenes que deseas usar.
- Explicar cómo se van a utilizar las imágenes.
- Aclarar cómo desea ser reconocido el fotógrafo (nombre, apodo, entre otros, teniendo en cuenta que en algunos casos pueden decidir mantenerse anónimos).

Lo más importante, si después de haber realizado todas las verificaciones anteriores aún tienes dudas sobre la imagen, ¡no la uses!.

Caso de Estudio 4.1: Verificando una extraña pelota de playa durante una tormenta



Philippa Law y **Caroline Bannock** lideran GuardianWitness, la plataforma de periodismo abierto del Guardian en donde los lectores comparten sus videos, imágenes e historias. Bannock fue anteriormente productora ejecutiva de noticias y editora internacional interina en Channel 4 News. Ella tuitea en [@carlanine](#). Law fue productora de radio en la BBC y tiene un Ph.D. en participación de la audiencia para medios de idiomas minoritarios. Tuitea en [@philonski](#).



Vientos y lluvia tormentosos ocasionaron inundaciones y cortes eléctricos en el sur de U.K. en octubre del 2013. Este evento afectó a muchas personas, por lo que para ampliar y enriquecer la cobertura del Guardian, le pedimos a nuestros lectores que compartieran sus fotos, videos e historias de los eventos a través de nuestra plataforma de contenidos generados por los usuarios, GuardianWitness.

Entre las contribuciones que recibimos estuvo [una extraña foto](#) de lo que parecía ser una gigantesca bola playera multicolor, de al menos el doble de la altura de un autobús de dos pisos, suelta en la redoma de Old Street en Londres. Esta era una de esas imágenes que inmediatamente evocan la pregunta: "¿Es demasiado buena para ser verdad?". Estábamos muy conscientes de que podía ser una broma.



Comenzamos la verificación de la foto del usuario pasándola a través de una búsqueda reversa de imágenes en Google y TinEye para constatar que la misma no hubiese sido tomada de otro sitio web. Los usuarios a menudo intentan mostrarnos eventos noticiosos enviándonos fotos que han sido publicadas en otros sitios de noticias, o compartidas en Twitter y Facebook.

Por lo que una búsqueda reversa de imágenes es siempre el primer chequeo que hacemos.

En el caso de la pelota desenfrenada, Google no devolvió resultados, lo cual sugería que la foto era original o muy reciente, y que por lo tanto no había sido recogida por ninguna otra organización de noticias, aún. ¡Los buenos contenidos se publican rápido!

La herramienta de verificación más importante que tenemos es una conversación directa con el usuario. Cada contribuidor de GuardianWitness tiene que compartir una dirección de correo electrónico, aunque no haya garantía de que la misma sea correcta. Por lo tanto le escribimos al usuario en cuestión para intentar hacer contacto. Mientras tanto, continuamos con nuestros chequeos de verificación.

Usualmente verificaríamos dónde ha sido tomada una foto comparándola con imágenes en Google Street View, pero ya que nuestro equipo conoce el área de Old Street reconocimos la vista en la foto y nos sentimos razonablemente confiados de que la foto había sido tomada allí. Pero aunque conocíamos el área, no recordábamos haber visto una pelota playera gigante, por lo que buscamos evidencias anteriores en línea. Encontramos que la misma había estado amarrada en la azotea de un edificio cercano. Este hallazgo significaba que la imagen ya no parecía ser tanto una broma como al principio.

Revisamos en Twitter buscando menciones de la pelota playera en esa mañana y pudimos confirmar que había habido otros avistamientos más o menos a la hora en que el usuario decía haber tomado la foto. Nuestra búsqueda en Twitter también reveló una foto posterior, tomada por otro usuario, luego de que la pelota se hubiese desinflado.

Finalmente, el usuario entró en contacto con nosotros y, al hablar con él por teléfono, pudimos confirmar que él mismo había tomado la foto.

Habiendo tomado todos esos pasos para verificar la imagen, nos contentó ver que la imagen había soportado el escrutinio. La imagen extraordinaria de una pelota playera escapada en la fuerte lluvia fue publicada en el blog en vivo del Guardian y compartida ampliamente en las redes sociales.

Caso de Estudio 4.2: Verificando dos “tiburones callejeros” sospechosos durante el huracán Sandy



Tom Phillips es un escritor senior en [BuzzFeed UK](#). Anteriormente trabajó para el periódico británico [Metro](#), fue editor internacional en [MSN](#) y más recientemente ayudó a lanzar [UsVsTh3m](#), un "startup" experimental enfocado en redes sociales para Trinity Mirror. En su tiempo libre, entre otras cosas, está a cargo de [Is Twitter Wrong?](#), un intento, ocasionalmente exitoso, de hacer verificación de hechos en tiempo real a imágenes virales y tuits. Tom tuitea en [@flashboy](#).

Cuando el Huracán Sandy golpeó Nueva York y Nueva Jersey, yo tenía un blog llamado “Is Twitter Wrong?”, un experimento en verificación de hechos para imágenes virales.

Cuando un desastre natural importante golpea un área densamente poblada con fuertes usuarios de redes sociales (y empresas de medios), uno de los resultados suele ser el inmenso número de imágenes que hay que filtrar. Diferenciar lo bueno de lo malo repentinamente colapsa la agenda editorial.

Un par de imágenes particularmente virales mostraban un tiburón presuntamente nadando por una calle inundada de Nueva Jersey. Para intentar verificar esas imágenes, me uní a Alexis Madrigal de The Atlantic.

Un aspecto de las imágenes, mostradas abajo, es que eran suficientemente extrañas como para hacerlo a uno sospechar, más sin embargo, no eran tan inverosímiles como para descartarlas de inmediato. Al final, las mismas probaron ser bastante difíciles de desmentir *definitivamente*.

A menudo, imágenes pre-existentes que han sido atribuidas equivocadamente (quizá la forma más común de “fake” o engaño) pueden ser desmentidas en pocos segundos mediante una búsqueda reversa de imágenes. Igualmente, hay fotos de eventos importantes que pueden ser, al menos, parcialmente verificadas encontrando imágenes mutuamente confirmatorias provenientes de múltiples fuentes.

Pero ninguno de estos casos funciona para un avistamiento casual que puede ser o una foto original o un bulo original (mi experiencia es que la verificación de imágenes que no pueden ser desmentidas/verificadas en pocos minutos se lleva entonces mucho más tiempo que eso).

Al final, a veces no hay sustituto para el absorbente método de fuerza bruta que constituye la verificación de imágenes: trazar la difusión de una imagen de vuelta a través de las redes sociales para descubrir el original; caminar por las calles de Google Street View para ubicar una locación general; y/o desplazarse a lo largo de páginas de resultados de Google Imágenes para una palabra clave en particular, buscando posibles imágenes fuente.

En este caso, el método de búsqueda en Google Imágenes rindió sus frutos: fuimos capaces de encontrar la imagen exacta de la aleta de un tiburón que había sido montada

mediante Photoshop sobre una de las fotos.

Pero incluso ni así podíamos decir que la otra imagen era definitivamente falsa. Esa imagen hacía uso de otro tiburón.

Nuestros intentos de encontrar el origen de ambas imágenes constantemente se topaban con la barrera de la gente que nos decía, vagamente, que eran “de Facebook”.

Eventualmente encontramos al autor inicial en Facebook mediante [un tuit que nos llevó](#) a un sitio de noticias que daba crédito a la fuente (tanto el reportaje en cuestión como la publicación en Facebook ya han desaparecido de la Web). Pero ni incluso eso nos ayudó por completo, ya que las demás fotos del dueño de la página mostraban inundaciones genuinas en la misma

locación de Brigantine, Nueva Jersey. El mismo también insistía, en respuestas a sus amigos, que las fotos de los tiburones eran reales (en retrospectiva, parecía tener más intención de jugarle una broma a su círculo social que de engañar a toda la Internet).

El hecho de que este autor declarase como real una imagen que indudablemente era falsa



locación de Brigantine, Nueva Jersey. El mismo también insistía, en respuestas a sus amigos, que las fotos de los tiburones eran reales (en retrospectiva, parecía tener más intención de jugarle una broma a su círculo social que de engañar a toda la Internet).

El hecho de que este autor declarase como real una imagen que indudablemente era falsa



fue suficiente para que pusiéramos a la otra foto del tiburón dentro de la categoría “casi con seguridad falsa”. Pero aún así no lo sabíamos con certeza. No fue si no hasta el día siguiente, cuando la página de verificación de hechos [Snopes logró identificar la imagen fuente](#), que fuimos capaces de declararla como falsa con un 100% de certeza. Esta fue

la imagen usada para crear la foto falsa:



[Photo: Scott the Hobo](#)

Esta podría ser la principal lección aprendida de Sandy: especialmente en situaciones en rápido desarrollo, la verificación a menudo no se trata tanto de lograr una certeza absoluta como de juzgar el nivel de verosimilitud aceptable. Sé honesto acerca de tus incertidumbres, muestra tu trabajo y aclárale al lector tu

estimado de error cuando tomes una decisión con respecto a una imagen.

Capítulo 5: Verificando vídeos



Malachy Browne es editor de noticias en [Storyful](#), la primera agencia de noticias de la era de las redes sociales. Con oficinas principales en Dublin y personal en Asia y EE.UU., Storyful ayuda a sus clientes a descubrir, verificar y distribuir el contenido generado por usuarios más valioso de las plataformas de redes sociales. Previo a Storyful, Browne creó y editó [Politico.ie](#), una página web y archivo de noticias políticas irlandés. Trabajó para la revista política irlandesa Village de 2006 a 2008 y fue editor de la página web de la revista, Village.ie. Browne, quien previamente fue programador de computadoras, cree firmemente en la innovación en las salas de redacción, así como en la capacidad de la tecnología para fortalecer al periodismo. Browne es de Broadford, Condado de Limerick y vive en Dublin. Tuitea en [@malachybrowne](#).

La convergencia de la tecnología asequible de teléfonos inteligentes con cámaras, acceso omnipresente a Internet y las redes sociales es ampliamente responsable por la explosión de la cobertura de noticias impulsada por los ciudadanos. Un subproducto de todo esto es la enorme cantidad de video que se sube y comparte cada minuto de cada hora.

La revolución informática no ha terminado y el volumen de contenido noticioso generado por los usuarios no hará más que crecer. Los periodistas tienen una nueva responsabilidad: reunir, verificar y corroborar rápidamente los derechos de uso del CGU (contenido generado por los usuarios). Los valores tradicionales de investigación aún aplican, pero se requiere de un nuevo conjunto de habilidades para medios tales como el video.

Verificar video de una fuente desconocida en las redes sociales podría parecer abrumador al principio, pero tampoco es física cuántica.

Esto es lo que se necesita para hacer el trabajo: La determinación para investigar la trama subyacente del contenido, junto a un saludable nivel de escepticismo y familiaridad con la multitud de herramientas gratuitas que pueden ayudar a establecer los hechos de un video. Este capítulo le ayudará a equiparse con todas las tres.

Un primer punto a comprender acerca de la verificación de video generado por los usuarios es que éste se difunde a través de las redes sociales en una manera que hace que la versión que se vea primero difícilmente sea la original. Los videos pueden ser empalmados, cortados y publicados nuevamente con diferentes contextos. Trazas importantes del video original podrían desaparecer. Su trabajo es identificar los hechos que soporten o nieguen lo que el video pretende mostrar.

Como con cualquier historia, comience con las preguntas básicas: quién, qué, cuándo y por qué. En este contexto, los metadatos asociados con un video pueden ayudar a responder algunas de esas preguntas proporcionando detalles acerca de la fuente original, su fecha y ubicación.

Una regla, sin embargo, es que una pieza de evidencia por sí sola es insuficiente para verificar un video: usualmente se necesita recolectar todo un cuerpo de evidencias para

formar una imagen completa. Prepárese para esa subida de adrenalina que se da cuando el rompecabezas se arma.

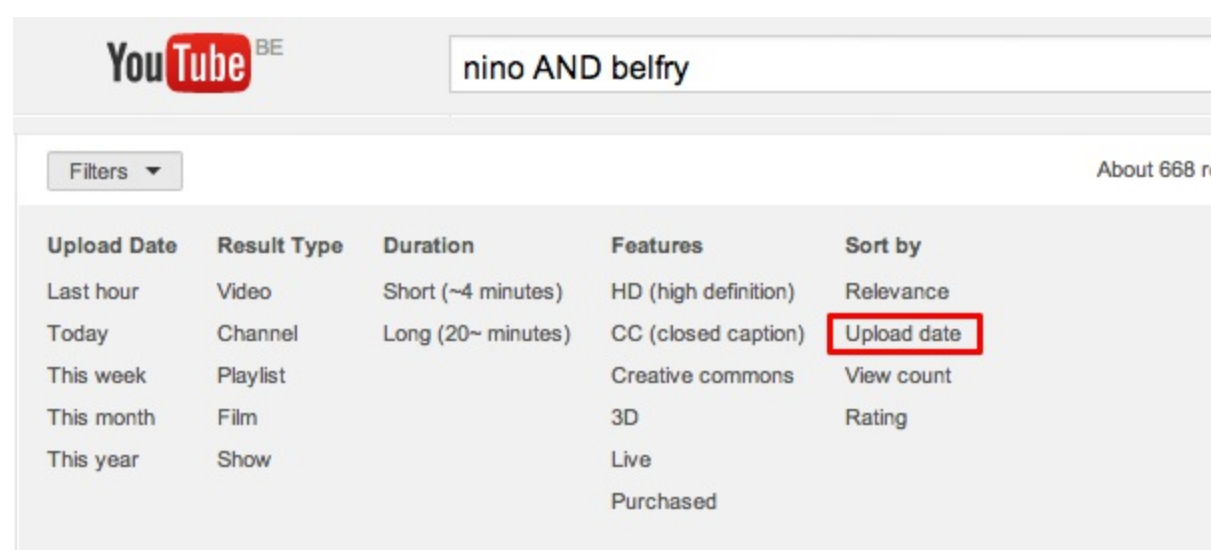
Aquí está una guía paso-a-paso para verificar videos de las redes sociales.

Procedencia

Identificar la procedencia de un video es el primer paso. A veces es obvio que el video pertenece a la cuenta de Facebook ó YouTube en donde Ud. lo descubrió. Pero como se detalla en el Capítulo 3, siempre se comienza asumiendo que el video ha sido copiado mediante "scraping" o duplicado.

La mayoría de los videos vienen con una descripción, etiqueta, comentario o algún fragmento de texto identificativo. Extraiga palabras clave útiles de esta información para comenzar la búsqueda. Acrónimos, nombres de lugares y otros pronombres son buenas palabras clave. Si la descripción está en un idioma extranjero, pegue el texto en Google Translate para resaltar dichas palabras clave.

Busque los videos más antiguos que coincidan con las palabras clave usando el filtro de fecha para ordenar los resultados. En YouTube, use directamente debajo de la barra de búsqueda el menú de Filtros y seleccione Fecha de Subida, como en la imagen abajo. Vimeo, YouKu y otras plataformas tienen filtros similares. Recorra los resultados y compare las vistas en miniatura para encontrar la versión más antigua (las vistas en miniatura de los videos originales y copiados usualmente coinciden).



The screenshot shows the YouTube search interface. The search bar contains 'nino AND belfry'. Below the search bar, there is a 'Filters' dropdown menu and a result count of 'About 668 r'. A table of filter options is displayed, with 'Upload date' highlighted in a red box.

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	

Otro método para encontrar la primera versión de un video es ejecutar una búsqueda de imágenes de la vista en miniatura usando Google Imágenes ó TinEye (como se explicó en el capítulo anterior). Esto puede identificar la primera instancia de las vistas en miniatura e imágenes del video. La utilidad de estas herramientas depende de la calidad de la imagen; un contraste fuerte

en el video y un esquema de colores distintivo son de ayuda.

Una vez que haya encontrado la fuente detrás del video, contáctela para comenzar con el siguiente paso.

Verificar la fuente

Es momento de examinar la fuente de la misma manera en que abordaríamos a cualquier fuente más tradicional de información. De hecho, a menudo hay mucha más información disponible con respecto a una fuente en línea que con una fuente tradicional que haya llamado a una línea para informantes, por ejemplo.

Los perfiles en línea dejan huellas digitales que nos permiten examinar historiales y actividades. La mayoría de las plataformas nos permiten contactar a las personas que han subido los videos, lo cual es un paso esencial. Finalmente, buscamos establecer contacto con la persona que subió el video, hacer preguntas y determinar a satisfacción si la persona que subió el video realizó la filmación.

Estas preguntas son útiles al examinar la huella digital de alguien que haya subido un video:

- ¿Estamos familiarizados con esta cuenta? ¿El contenido y publicaciones del propietario de la cuenta han sido confiables en el pasado?
- ¿En dónde está registrada la cuenta?
- ¿En dónde está basada la persona que subió el video, juzgando a partir del historial de la cuenta?
- ¿Las descripciones de los videos son consistentes y provienen mayormente de una locación específica? ¿Los videos tienen fecha?
- Si los videos en la cuenta usan un logotipo, ¿es dicho logotipo consistente a lo largo de los videos? ¿Coincide con el avatar en la cuenta de YouTube ó Vimeo?
- ¿La cuenta copia videos de organizaciones de noticias y otras cuentas de YouTube, o solamente sube contenido generado por usuarios?
- ¿La persona que sube los videos escribe usando jerga o dialectos identificables en la narración del video?
- ¿Los videos de la cuenta son de una calidad consistente? (En YouTube, vaya a Configuración y luego a Calidad para determinar la mejor calidad disponible).
- ¿Las descripciones de los videos tienen extensiones de archivo tales como .AVI ó .MP4 en sus títulos? Esto podría indicar que el video fue subido directamente desde un dispositivo.
- ¿La descripción de un video en YouTube dice: “Subido vía YouTube Capture”? Esto podría indicar que el video fue filmado con un teléfono inteligente.

Recolectar las respuestas a estas preguntas ayuda a pintar una imagen de la fuente, el historial en línea de la misma y el tipo de contenido que comparte. A partir de allí, es importante intentar conectar la actividad de dicha cuenta con cualquier otra cuenta que la fuente mantenga. A continuación están algunas prácticas/preguntas para guiarnos en este proceso.

- Busque en Twitter ó Facebook el código único del video, ¿hay cuentas afiliadas?

(Cada pieza de CGU es identificada por un código único que aparece en la URL. En YouTube y Facebook, por ejemplo, el código se coloca entre la “v=” y la siguiente “&” en la URL).

- ¿Hay otras cuentas (Google Plus, un blog o página web) listadas en el perfil del video o afiliadas de alguna otra manera con este usuario?
- ¿Qué información contienen las cuentas afiliadas que indique ubicación reciente, confiabilidad, sesgo o agenda del propietario de la cuenta?
- ¿Por cuánto tiempo han estado activas estas cuentas? ¿Cuán activas son?
- ¿Con quién están conectadas las cuentas de las redes sociales y qué nos puede decir ello acerca del usuario?
- ¿Podemos encontrar información de *whois* para los sitios web afiliados?
- ¿La persona está listada en los directorios telefónicos locales, en Spokeo, Pipl.com ó WebMii o en LinkedIn?
- ¿Los círculos sociales en línea de la fuente indican proximidad con esta historia/locación?

El hacernos estas preguntas, y responderlas, nos da una impresión acerca de la confiabilidad de una fuente de contenido. Y de manera importante, nos proporciona una forma de contactar al usuario para hacer preguntas adicionales y guiarnos en cómo puede ser usado el video por parte de las organizaciones de noticias.

Al hablar con la fuente, asegúrese de preguntar acerca de la información que vaya consiguiendo. ¿Las respuestas coinciden? Si la fuente no es honesta con Ud. al respecto de la información, entonces debería tener un extra de suspicacia con el contenido.

Localice el video

Con la fuente identificada y examinada, es hora de intentar verificar el contenido del video en sí. Esto empieza al confirmar o establecer la locación del video.

Verificar en dónde se filmó un video depende mucho de las pistas que presente el mismo. Un paisaje callejero, un edificio, iglesia, línea de árboles, montañas, minarete o puente distintivos son todos buenos puntos de referencia para comparar con imágenes satelitales y fotografías geolocalizadas. En caso de que la cámara haga un paneo a lo largo del nombre de un negocio, éste podría estar listado en los clasificados en línea o directorios locales. Un letrero en la calle podría dar pistas sobre la locación precisa. Las placas de los vehículos o vallas publicitarias podrían indicar detalles regionales. La luz del sol, sombras y la hora aproximada del día del evento también pueden ser utilidad. Y si el video contiene diálogo, ¿los acentos o dialectos se ajustan a las circunstancias que pretende representar?

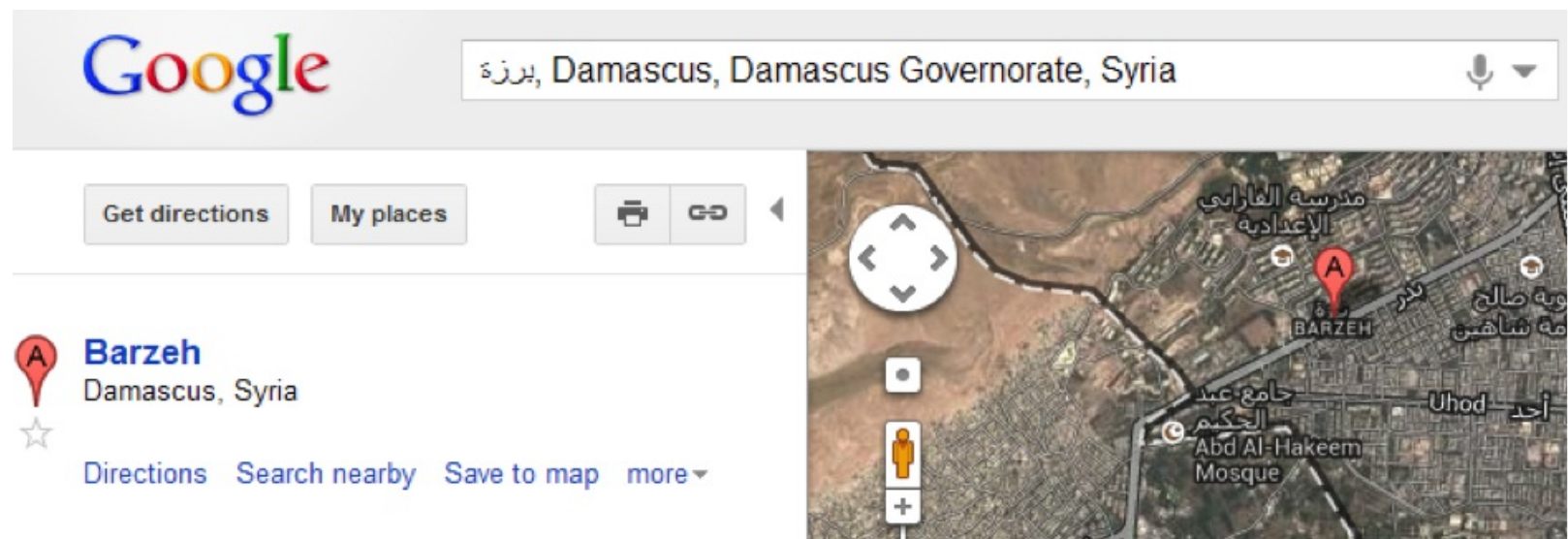
El punto inicial, de nuevo, es examinar cualquier texto que acompañe al video, así como pistas dentro del mismo. Ubique la locación usando Google Maps e intente mapear la misma. De ser posible, acérquese usando Street View para obtener el ángulo de la cámara. Si Street View no está disponible, active “Fotos” en las opciones de Google Maps y revise si las fotos geolocalizadas coinciden con la ubicación del video. Las fotos geolocalizadas también pueden ser buscadas usando las opciones de búsqueda avanzada

de Flickr, Picasa y Twitter.

Si el video está en una lengua extranjera, ingrese el texto en Google Translate e identifique el nombre del lugar. Tenga en cuenta que Google Translate a menudo traduce equivocadamente: por ejemplo, la palabra árabe para Lattakia en Siria se traduce incorrectamente como “Protoplasma”, Daraa como “Escudo”. También tenga en cuenta que varias transliteraciones del árabe representan los nombres de forma distinta: Jidda ó Jiddah, por ejemplo. Al tomar el texto en árabe para esos lugares e ingresarlo en Google Maps, encontraremos cómo llegar a la ciudad. La imagen debajo muestra búsquedas en Google Translate y Google Maps.



The screenshot shows the Google Translate interface. At the top, there are dropdown menus for 'From: Arabic' and 'To: English', and a blue 'Translate' button. Below this, the text 'دمشق برزة لحظة تساقط القذائف على منازل المدنيين في الحي 25 9 2013 ج 2' is entered. The translated text on the right is 'Damascus Barzeh moment of shells falling 2013 c 2'. A black box with white text says 'Click to edit and see alternate translations'.

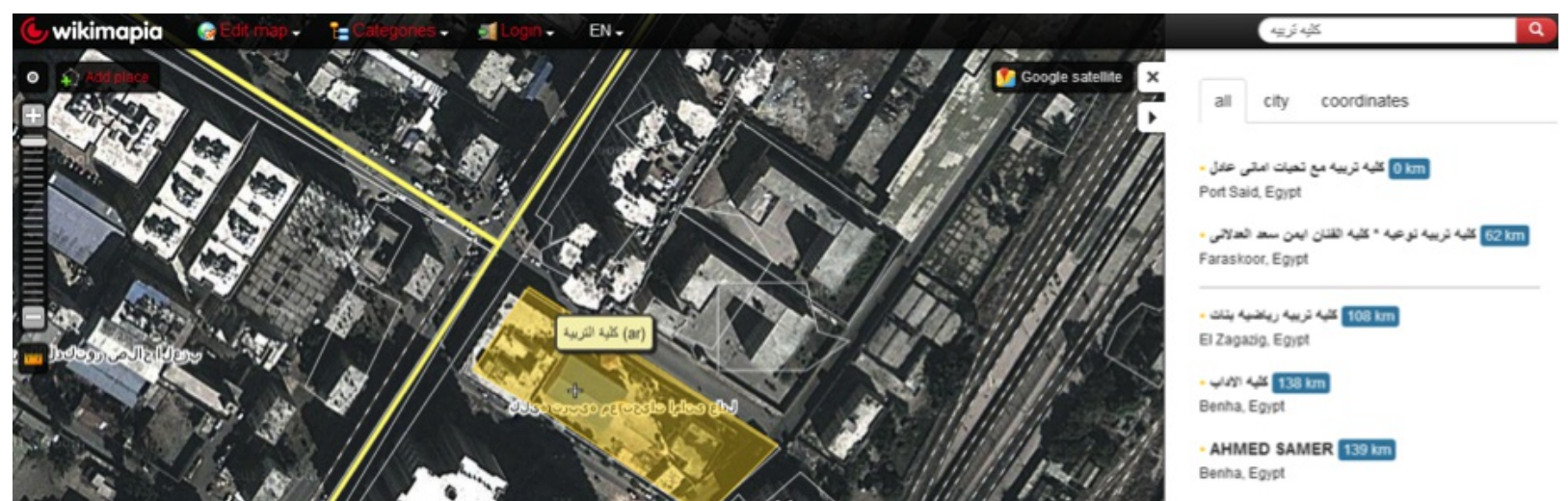


The screenshot shows the Google Maps interface. The search bar contains 'برزة, Damascus, Damascus Governorate, Syria'. Below the search bar are buttons for 'Get directions', 'My places', and a print icon. On the left, a red pin marks 'Barzeh, Damascus, Syria' with options for 'Directions', 'Search nearby', 'Save to map', and 'more'. The main map area shows a satellite view of Barzeh, Syria, with labels for 'مدرسة الفارابي الإعدادية', 'جامع عبد الحكيم', 'Abd Al-Hakeem Mosque', and 'Uhod'.

Al traducir, use los recursos de lenguaje disponibles entre sus colegas y contactos. Traducir caracteres japoneses al coreano o mandarín resulta en traducciones más precisas que del japonés al inglés. Por lo que si cuenta con un hablante de coreano o mandarín entre sus contactos, o si puede conseguir uno con prontitud, pídale que investigue las traducciones por Ud.

Wikimapia es una versión en colaboración grupal de Google Maps en la cual los edificios, suburbios, sitios militares y otros puntos de interés son delineados y descritos. Esto es útil para obtener contexto para un área e identificar locaciones, aunque esta información debería ser corroborada por otra ya que es posible encontrar errores o información deliberadamente engañosa.

Un ejemplo de cómo Wikimapia puede ser útil se demostró cuando se dio un día de "desobediencia civil" Puerto Said, Egipto, en febrero del 2013. Unos manifestantes fueron [filmados marchando](#) a la altura de la Facultad de Educación de la Universidad de Puerto Said, de acuerdo a un usuario de YouTube. El paisaje callejero era difícil de identificar en Google Maps entre las calles densamente pobladas de Puerto Said. Sin embargo, la Facultad de Educación (كلية التربية) estaba etiquetada en Wikimapia; encontrar y examinar este punto de referencia confirmó la locación de la manifestación, como se muestra debajo.



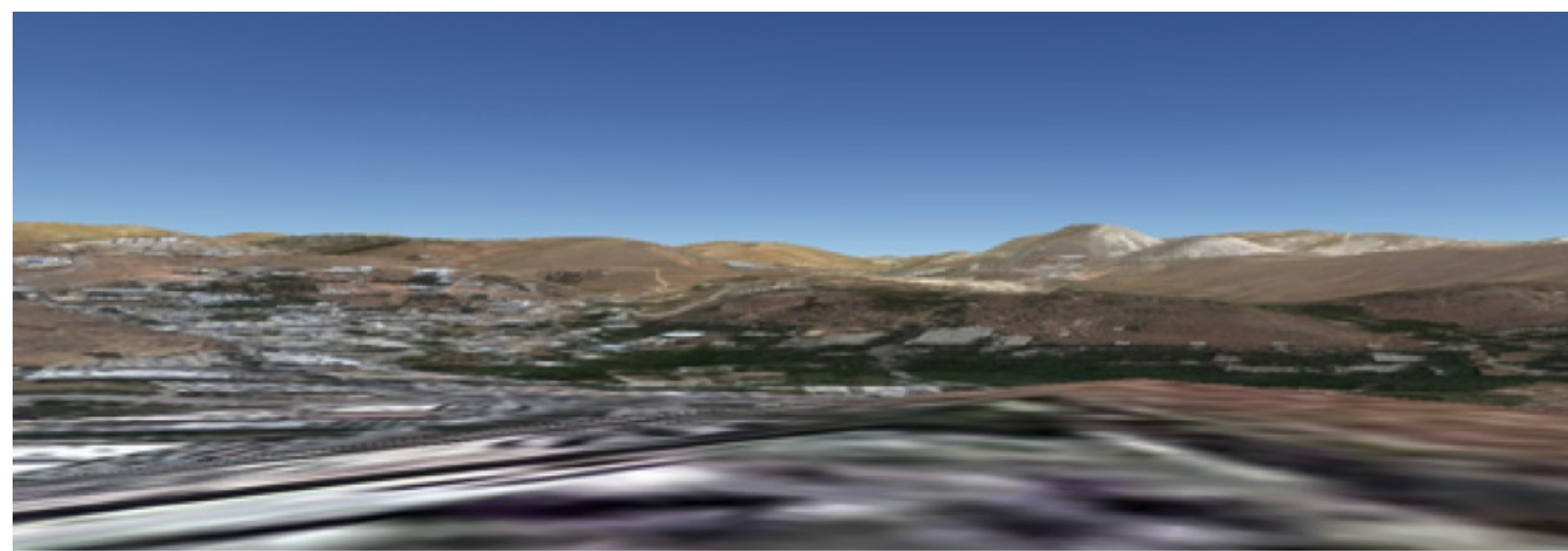
Google Earth es otra herramienta útil ya que provee un historial de imágenes satelitales. Esto es útil al examinar videos antiguos en donde el terreno pudiese haber cambiado.

La vista de terreno de Google Earth es igualmente valiosa al examinar terrenos y las dimensiones relativas de edificios. Recientemente, cuando el equipo de Storyful estaba considerando un video como evidencia de soporte de un ataque israelí reportado en Siria, la vista de terreno de las montañas al norte de Damasco ofrecida por Google Earth verificó la locación de un usuario de YouTube, como se puede ver en la comparación abajo.



Verificar la fecha

Confirmar la fecha de los videos subidos de un evento planificado, tal como una manifestación o concentración política, es por lo general bastante directo. Es bastante



probable que existan otros videos del mismo evento por medio de reportes de noticias y, además, usualmente se comparten fotos que lo corroboren en Twitter, Facebook, Instagram y otras redes sociales. Buscar en estas plataformas con las palabras claves y *hashtags* relevantes usualmente es suficiente para descubrir evidencia de soporte tal como edificios o mobiliario urbano, carteles o condiciones climáticas distintivas.

Sin embargo, para videos más oscuros, la fecha es generalmente la pieza de metadatos más difícil de verificar. Los videos de YouTube reciben una marca de tiempo en Hora Estándar del Pacífico (PST) desde el momento en que comienzan a ser subidos. Esto llevó al Ministerio de Relaciones Exteriores de Rusia a [poner en duda](#) ciertos videos que mostraban un ataque con armas químicas en Ghouta, cerca de Damasco: los videos fueron subidos en las primeras horas del 21 de agosto y, por lo tanto, fueron fechados por YouTube como del 20 de agosto. El desconocimiento por parte del Ministerio de Relaciones Exteriores de este hecho le llevó al mismo, y a otros, a denunciar que los videos eran falsos y que habían sido subidos antes de la hora reportada del ataque.

Los reportes del clima por sí solos son insuficientes para verificar fechas, pero igual son de ayuda. Como se detalló previamente, Wolfram Alpha proporciona información acerca de un lugar en una fecha en particular. Después que Rita Krill subió lo que pretendía ser un [video sorprendente](#) de un relámpago cayendo en su patio en la Florida el 5 de octubre del 2012, Wolfram Alpha demostró que hubo tormentas activas en el área. Y al buscar en Naples, Florida, en Twitter en dicha fecha se encontró a un meteorólogo local pidiéndole a sus seguidores que enviaran fotos de las nubes de tormenta de ese sitio. Abajo hay una imagen de la búsqueda en Wolphram Alpha y del tuit en cuestión.

Verificaciones finales: ¿Qué muestra el video?

Ahora es el momento de reunir todos los datos y hacerse las preguntas obvias: ¿El video tiene sentido dado el contexto en el cual fue grabado? ¿Hay algo que estremezca mi instinto periodístico? ¿Hay algo que luzca fuera de lugar? ¿Hay pistas que sugieran que no es legítimo? ¿Algún detalle o respuesta de la fuente a mis preguntas no cuadra? Recuerde, su presunción es que el video es falso. ¿La evidencia confirma o refuta la presunción?

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



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

Cuando se trata de video, tenga en cuenta que hay bromas elaboradas que han sido, y continúan siendo, jugadas. Unos estudiantes canadienses, de forma infame, [falsificaron un video de un águila bajando a un parque en Montreal y llevándose un bebé](#). Esto fue desmentido separando el video en cuadros individuales y notando que

la sombra del águila faltaba en algunos de los cuadros. (Los más técnicos pueden usar software de edición de video gratuitos como el [reproductor VLC](#) o el [editor de video Avidemux](#), así como el editor [Vegas Pro](#) con licencia, para separar un video en sus cuadros

constituyentes si tienen dudas respecto a la construcción del mismo).

Caso de Estudio 5.1: Verificando un vídeo clave de las bombas de Boston



Malachy Browne es editor de noticias en [Storyful](#), la primera agencia de noticias de la era de las redes sociales. Con oficinas principales en Dublin y personal en Asia y EE.UU., Storyful ayuda a sus clientes a descubrir, verificar y distribuir el contenido generado por usuarios más valioso de las plataformas de redes sociales. Previo a Storyful, Browne creó y editó [Politico.ie](#), una página web y archivo de noticias políticas irlandés. Trabajó para la revista política irlandesa Village de 2006 a 2008 y fue editor de la página web de la revista, Village.ie. Browne, quien previamente fue programador de computadoras, cree firmemente en la innovación en las salas de redacción, así como en la capacidad de la tecnología para fortalecer al periodismo. Browne es de Broadford, Condado de Limerick y vive en Dublin. Tuitea en [@malachybrowne](#).



Uno de los [vídeos icónicos de las trágicas explosiones de Boston](#) en el 2013 fue filmado por una atleta que estaba corriendo su última milla en el maratón. Al acercarse a la meta en la Calle Boylston, la segunda bomba detonó a sólo metros delante de ella. Era un video impactante, pero necesitábamos verificarlo.

Una foto que mostraba el

momento de la explosión fue publicada en Twitter por el periodista Dan Lampariello de Boston (abajo), quien es miembro de una de nuestra listas pre-curadas de Twitter, y alguien conocido para Storyful. El tuit de Lampariello estaba geo-localizado en la Calle Boylston; esta información, proveniente de una fuente confiable, ayudó a confirmar la ubicación de la explosión. También nos daba un punto de referencia a usar con lo que se mostraba en el video de la corredora.

La Google Street View de la Calle Boylston (abajo) confirmó tanto la foto de Dan Lampariello como el punto de vista de la atleta al acercarse ésta a la línea de meta. De

BOSTON TO A



Boston to a T

@Boston_to_a_T



Following

Second explosion going off @ Copley Square.
[#marathonmonday](#) [@universalhub](#)
pic.twitter.com/rOQ9EnTkx1

← Reply ↻ Retweet ★ Favorite ⋮ More



hecho, algunos de los deportistas filmados en el video se pueden ver en la foto de Lampariello cuando se examina cuidadosamente.



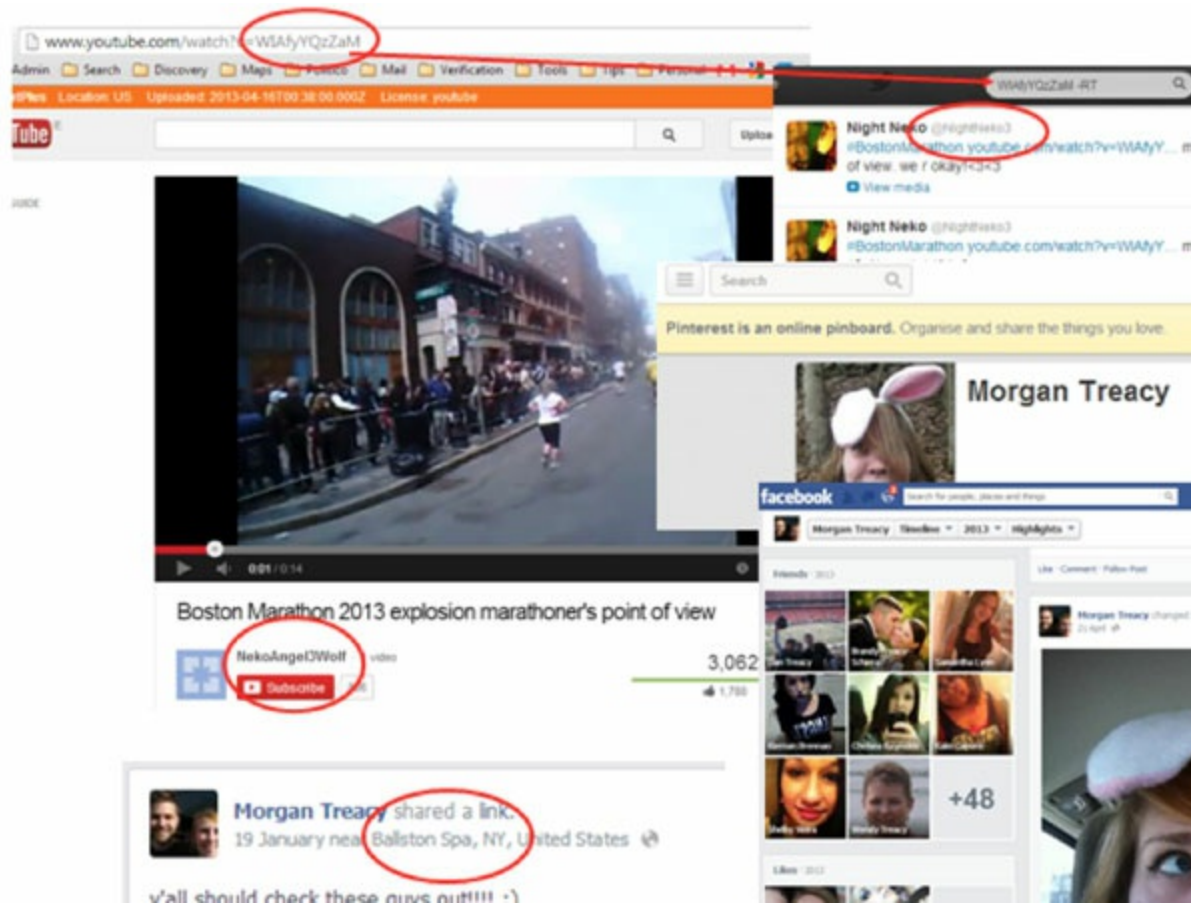
Dicho proceso confirmó el contenido del video. Encontrar la fuente original del mismo no fue tan directo.

El video como tal fue subido a una cuenta de YouTube sin mayores detalles y con un nombre de usuario oscuro, NekoAngel3Wolf.

Una búsqueda en Twitter del video nos llevó a alguien que lo compartía bajo el alias NightNeko3, de nuevo, sin detalles

personales. La referencia a "Neko" en ambos perfiles sugería que los mismos estaban relacionados.

Buscando perfiles sociales similares, encontramos una cuenta de Pinterest también registrada como NightNeko3, que nos daba el nombre real de Morgan Treacy. Nuestro equipo en Storyful rápidamente localizó una cuenta de Facebook de Morgan Treacy, una adolescente cuyas publicaciones estaba geo-localizadas en Ballston Spa, estado de Nueva York.



Morgan describió el video en Twitter como la perspectiva de su madre de la explosión. Sabiendo que un maratón prestigioso como el de Bostón probablemente registraría los tiempos de los atletas, revisamos el apellido “Treacy” en la página de participantes de la Asociación Atlética de Boston. Obtuvimos un sólo resultado: Jennifer Treacy, 45-49 años,

del estado de Nueva York. Los parciales de tiempo de Jennifer Treacy demuestran que pasó la marca de los 40 km a las 2:38 p.m. pero que no logró cruzar la meta a 2 km de distancia de allí. Jennifer estaba promediando 10 minutos por milla, lo que la colocaba en las cercanías de la explosión a las 2:50 p.m., cuando las bombas detonaron.

El sitio de búsqueda social de personas Spokeo.com nos dio una entrada para una Jennifer L. Treacy, de 47 años, habitante de Ballston Spa, Nueva York. LinkedIn también nos dio un perfil para Jennifer Treacy de Ballston Spa, quien era empleada del Departamento de Saludo del Estado de Nueva York.

Una última pieza de evidencia confirmó nuestra investigación. Un hombre llamado Gerard Quinn es amigo en Facebook de Morgan Treacy, de quien estábamos ahora casi 100% seguros era la hija de Jennifer. Con anterioridad Quinn había comentado en videos familiares subidos por Morgan, por lo que allí había un enlace entre él y la familia. En el perfil de Facebook de Quinn (abajo) vimos que él había expresado su orgullo por el hecho de que su sobrina, Jennifer, estaba corriendo en el maratón de Boston. Allí enlazaba a su mapa del maratón y parciales de tiempo. Luego igualmente comentó en Facebook que Jennifer estaba bien después de las explosiones y que estaba de vuelta a casa.



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	-	-



Gerard Quinn

15 hours ago

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



2013 BOSTON MARATHON

John Hancock

Live Race Day Coverage

Home Entrants Athlete Tracking Race Results Race Coverage Media B.A.A.

Tracking

event: Runner

Map 'my favorites'

search: bib number, first name or number



My Runners

search: bib number, first name or number

TREACY, JENNIFER (USA)	
Position	31.73 km
Diff Position	+9.00 km
Diff Time	+00:00:00

Un directorio telefónico público nos dio un número telefónico que nos permitió hablar directamente con Jennifer Treacy. Ella confirmó que el video era suyo y que las organizaciones de noticias tenían permitido usarlo. Ella también le había informado a los organismos de seguridad acerca del video, nos dijo.

En resumen, toda la información que soportó la veracidad de este video estaba disponible en línea mediante el uso de herramientas gratuitas: información de ubicación, relatos que corroboraban el evento, el historial digital de la persona que subió el video y los detalles de contacto de la propietaria del mismo. El estar familiarizados con estas herramientas nos permitió verificar el video en más o menos 10 minutos.

Caso de Estudio 5.2: Investigando una ‘masacre’ reportada en Costa de Marfil



Malachy Browne es editor de noticias en [Storyful](#), la primera agencia de noticias de la era de las redes sociales. Con oficinas principales en Dublin y personal en Asia y EE.UU., Storyful ayuda a sus clientes a descubrir, verificar y distribuir el contenido generado por usuarios más valioso de las plataformas de redes sociales. Previo a Storyful, Browne creó y editó [Politico.ie](#), una página web y archivo de noticias políticas irlandés. Trabajó para la revista política irlandesa Village de 2006 a 2008 y fue editor de la página web de la revista, Village.ie. Browne, quien previamente fue programador de computadoras, cree firmemente en la innovación en las salas de redacción, así como en la capacidad de la tecnología para fortalecer al periodismo. Browne es de Broadford, Condado de Limerick y vive en Dublin. Tuitea en [@malachybrowne](#).



En marzo del 2011 [surgió un video bastante gráfico que mostraba lo que se alegaba era el asesinato de al menos seis mujeres](#) por parte de las fuerzas de seguridad marfileñas (FDS) durante una protesta en Abobo. La manifestación ocurrió durante un período de agitación causado cuando el Presidente Laurent Gbagbo se aferró al poder luego de su derrota en las elecciones

presidenciales del Noviembre previo.

A petición de un cliente, Storyful comenzó a verificar el video dos años después de ocurridos los hechos. El video muestra a un nutrido grupo de mujeres cantando “ADO” (una referencia a Alassane Dramane Ouattara, el rival de Gbagbo). Luego, a los 3:32, se puede ver la llegada de patrullas blindadas y se disparan tiros de alto calibre. Varias personas parecieran haber quedado heridas de muerte. En esa ocasión, algunos marfileños denunciaron que las heridas eran fingidas. El entonces ministro de defensa del país [puso en duda](#) el video y los partidarios de Gbagbo aseguraron que el video era falso mediante

reconstrucciones publicadas en YouTube ([aquí](#) y [aquí](#)).

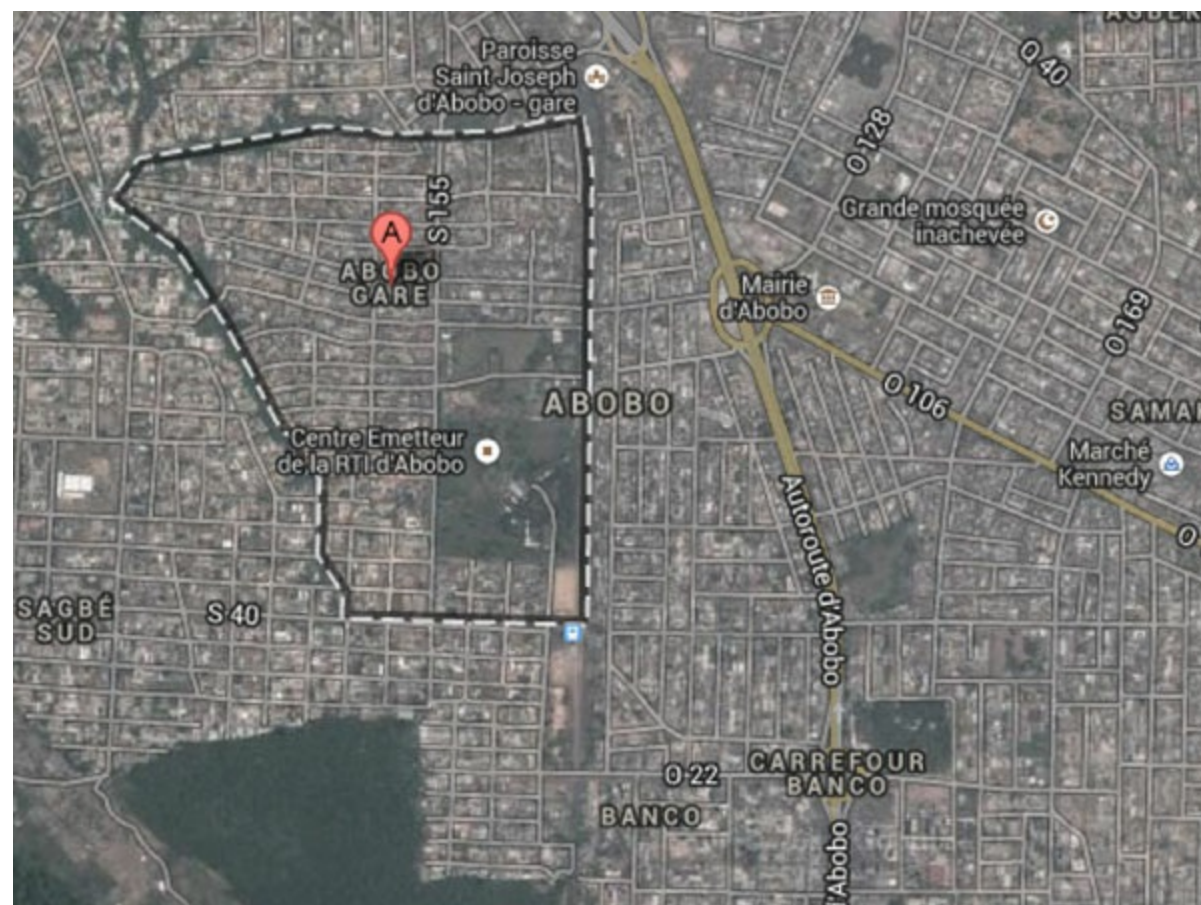
Verificar videos en un escenario de noticia de última hora es, en algunos aspectos, más fácil que este tipo de investigación retroactiva. La información que corrobora o desmiente un video es más asequible cuando el marco temporal es reciente, mientras que la información relacionada con eventos más antiguos a menudo se encuentra enterrada muy dentro de las redes sociales. La búsqueda de archivos es desafiante o incluso imposible.

Con esas limitantes en mente, he aquí cómo trabajé para intentar verificar el video.

Recolectar contexto sobre el evento

Al no estar familiarizado con los detalles de la masacre reportada, busqué en Google por "Mujeres asesinadas Gbagbo marzo 3 2011", lo cual dió como resultado varios reportajes ([aquí](#), [aquí](#) y [aquí](#)) describiendo la locación aproximada y la secuencia de los eventos. Esta búsqueda también [retornó](#) una declaración sobre el evento realizada por el entonces primer ministro del país, quien denunciaba que las escenas habían sido montadas.

De manera importante, estos reportes también proporcionaron palabras clave que yo pude usar para realizar una búsqueda más enfocada. Usando estos términos para realizar búsquedas históricas en Twitter y YouTube, desenterré recuentos de testigos y CGU (siempre trate de ponerse en el lugar de la persona que sube la información e imagínese cómo la misma etiquetaría y describiría el video y otra información).



Locación

De acuerdo a los reportes, la protesta y los disparos sucedieron en una redoma en las cercanías de Abobo, un distrito del norte de Abidjan. Específicamente, [un reporte](#) ubicaba los eventos en un cruce/redoma importante de la Autoroute d'Abobo, adyacente al área conocida como Abobo Gare. Un testigo del reporte

describió cómo las fuerzas de seguridad pasaron por una redoma, dieron la vuelta y abrieron fuego sobre las mujeres "antes de regresarse a Adjamé". Adjamé está al sur de Abobo, lo cual nos da pistas sobre la dirección del tráfico.

De acuerdo a un [reporte contemporáneo](#) publicado en Le Patriot el 8 de marzo, los manifestantes se reunieron “en la redoma de la intersección de Banco” (mapeada abajo). Una búsqueda en foros locales demostró que dicha redoma había sido el lugar de [manifestaciones previas](#).

Google Maps muestra dos redomas grandes. Una de ellas, Carrefour Banco, se encuentra en el extremo sur de Abobo, hacia Adjamé. Esto coincide con el reporte previo, de manera que lo usé como mi punto de partida.



La posición de los postes de luz y semáforos, la alineación de las palmeras y árboles caducifolios filmados en el video desde el minuto 4:00 en adelante coincide con la vista satelital de la esquina noroeste de Banco Carrefour, como se muestra en los círculos blancos arriba. El edificio grande con las dos protuberancias prominentes en la azotea (en el círculo rojo) también se alinea con un edificio que vemos en la distancia cuando el convoy de vehículos de seguridad se

pierde de la vista. Esto concuerda con la dirección del tráfico evidente en las imágenes satelitales arriba, así como con el reporte dado por un testigo ocular que indicó que los vehículos se fueron hacia el sur en dirección a Adjamé.

Sin embargo, un fragmento de la evidencia en video (arriba) no coincidió con la imagen satelital. Nosotros contamos tres grandes árboles caducifolios al entrar el convoy en la redoma, pero Google Maps muestra sólo dos de tales árboles. El video fue filmado en el 2011 y las imágenes tienen fecha del 2013, por lo que quizás uno de los árboles fue talado. De manera que buscamos imágenes satelitales históricas en Google Earth. Unas imágenes del 2009 muestran tres grandes árboles caducifolios en esa esquina de la redoma.

El tercer árbol que falta en las imágenes satelitales del 2013 se muestra delineado en la imagen de abajo (la misma se ha volteado 180 grados de norte a sur). Juzgando a partir de esta vista, podemos ver que la posición de la cámara se encontraba directamente frente a esta carretera. Posteriormente hablé

con una fuente de confianza, conocida en Storyful y que estaba familiarizada con el video, y que además había visitado Abobo para reportar sobre la “masacre”. Esta fuente confirmó que ese era el ángulo de la cámara.

Fecha

La fecha de los disparos está corroborada por varios reportes y videos independientes compartidos en las redes sociales. Estos pueden encontrarse retrospectivamente mediante una variedad de búsquedas: en Twitter, en Topsy ó en Topsy Pro (el cual permite fijar un rango de fechas), así como en YouTube con resultados ordenados por fecha de subida.

Algunos de los pasos que tomé:

- Usé la [búsqueda histórica en Twitter](#) para generar pistas a seguir regresándome hacia los resultados del 3 de marzo del 2011 en adelante.
- Examiné tuits y preguntas acerca del evento y me encontré con [esto](#) y [esta respuesta](#). Estas fuentes son testigos potenciales, o personas que podrían identificar a testigos. La primera fuente indica estar ubicada en Cocody, Abidjan, y la segunda en Abidjan.
- También localicé a [esta persona](#), quien subió videos de Abobo y marchas previas del RHDP. Revisando otros Twitvids en su cuenta llegué a un [video subido el día](#) de la protesta.
- Busqué con más detalle en su cuenta de Twitter y encontré otras [referencias al RHDP ese día](#). Eso me llevó a otros enlaces, tales como [reporte de noticias del evento](#). El mismo incluía una foto acreditada a Reuters, la cual mostraba víctimas que coincidían con las de nuestro video.
- Al ejecutar una [búsqueda en Google Imágenes](#) de la foto, confirmé que la misma no había sido usada previamente al 3 de marzo. Sin embargo, los resultados también mostraron que un [artículo del Guardian](#) la acreditaba a AFP/Getty Images y no a

Reuters. Esto significaba que había un fotógrafo fiable en el lugar de los hechos.

Indagué más sobre la foto, mostraba abajo.

La imagen es consistente con la foto de la víctima en el minuto 5:30 del video principal. Ésta está cubierta con ropajes y hojas verdes como las usadas por muchos de los manifestantes. Nótese la franela azul oscuro apretada que llevaba la víctima y la prenda distintiva con un patrón

cuadrado de líneas rojas, naranja, blancas y oscuras, mostrada abajo en un *close-up*.

Los France 24 Observateurs también [recibieron fotos](#) del evento por parte de fuentes en Abidjan. Nosotros en Storyful lo confirmamos con France 24.

Otras búsquedas develaron un foto-diario publicado [aquí](#) por un periodista de la Agence France-Presse, Issouf Sanogo. Sanogo entrevistó a una mujer llamada Sirah Drane, quien dice que ayudó a organizar la manifestación el 3 de marzo. Drane dice que ella estaba usando un megáfono para hablarle a muchedumbre que se había reunido en la redoma de Abobo. Una mujer que coincide con esta descripción se puede ver en el video.

El video se correlaciona con otros tres videos del evento. Los mismos fueron documentados por Storyful en su momento y se podían encontrar en YouTube usando términos de búsqueda identificados antes.

El [primer video](#) fue subido el día de los disparos a una cuenta de YouTube registrada en Costa de Marfil la cual fue creada específicamente para subir el mismo. No hay actividad adicional en esta cuenta que proporcione información sobre la fuente. Las mismas mujeres heridas están filmadas en el video, así como el edificio cuadrado del fondo.

[Un segundo video](#) fue subido por otra cuenta de YouTube registrada en Costa de Marfil en la mañana del 4 de marzo a las 09:06:37 GMT. El usuario lo describe como “varias mujeres



asesinadas” en la “protesta del RHDP ayer”, lo que quiere decir el 3 de marzo.

Ninguno de estos videos ni las fotos que los corroboran existen antes del 3 de marzo, lo que sugiere con un alto grado de certeza que esa fue la fecha del evento.

Usuario original

El video propiamente dicho fue subido a YouTube el 4 de marzo del 2011. Es el primer video con tal contenido que se encuentra en YouTube. Sin embargo, es altamente posible que el mismo se haya originado en una cuenta de Facebook u otro sitio y que haya sido subido a esta cuenta de YouTube.

La cuenta de YouTube está registrada en los Estados Unidos y está enlazada a un sitio web ya inactivo, onemendo.com. La



cuenta parece haber sido operada por alguien que tenía conexiones con emigrantes jamaquinos residenciados en Nueva York ó Nueva Jersey ya que el mismos contenía material promocional para un club local, llamado DanceHallReggae.com.

Algunos videos cercanos a la fecha en una cuenta afiliada en Vimeo indican que los mismos están basados en Rochester, Nueva York. Una cuenta afiliada de Facebook también publica enlaces a música por DJs jamaicanos. La misma no da mayores pistas sobre los orígenes del video ni tampoco publicó ningún enlace al mismo el 3 de marzo del 2011. Algunos videos de una telenovela senegalesa fueron también publicados en la cuenta de YouTube.

¿Es auténtico el video?

La evidencia anterior confirma la ubicación y establece la fecha del video como muy posiblemente el 3 de marzo. Sin embargo, yendo al punto: ¿El video realmente muestra mujeres manifestantes siendo asesinadas a tiros por la FDS ese día?

[Se han hecho denuncias](#) acerca de que la matanza fue montada y que los cuerpos fueron colocados en la calle después que las fuerzas de seguridad pasaron por allí. Estos cuestionamientos tan serios ameritan ser investigados.

En [esta declaración](#), el ministro de defensa de Gbagbo, Alain Dogou, se refirió a la aparición de este video amateur el 4 de marzo. El mismo dijo que una mujer recibió instrucciones que le decían “acuéstate, acuéstate” (y eso lo podemos escuchar en el video). Dogou expresó que era “difícil decir” si el video era de la locación reportada por los periodistas (por supuesto, nosotros sí confirmamos la locación). También dijo que los periodistas internacionales no estaban cubriendo la protesta porque estaban atendiendo una rueda de prensa de la UNOCI, u otro evento relacionado con el Consejo de Ministros. Finalmente, reconoció que sí hubo una Marcha de las Mujeres ese día en Abobo.

Preguntas serias que surgen al respecto: * ¿Por qué la cámara apuntó lejos de las personas heridas por tanto tiempo al entrar el convoy en la redoma? * ¿Todas las víctimas pudieron haber recibido los disparos estando a metros de distancia la una de la otra? * ¿Todas hubiesen caído boca abajo como se ve en el video? * Sus rostros fueron tapados rápidamente con ropajes, ¿por qué? * A una mujer ensangrentada le dicen “acuéstate, acuéstate” en el video, como lo describió el Ministro Dogou. ¿Por qué? ¿Es una preocupación por su condición crítica o es parte del montaje? * La “masacre” crea una histeria en el video, ¿es la misma real? ¿O los manifestantes fueron engañados o son cómplices de una “masacre” montada?

Varios testigos ofrecen testimonios convincentes acerca que sí hubo heridos en la masacre reportada. Un doctor del Hospital del Sur de Abobo es citado en las páginas 63/64 de este [reporte de Human Rights Watch](#). El doctor reportó haber visto víctimas de los disparos:

Un doctor que ha tratado a muchas mujeres que no sobrevivieron:

(El video sí pareciera mostrar una víctima sin cabeza).

Un reporte del New York Times citó a dos testigos con nombre y apellido como sigue: “El tanque que iba delante comenzó a disparar”, dijo un residente de Abobo, Idrissa Diarrassouba. “De inmediato seis mujeres resultaron muertas. Yo estaba ahí mismo, al

lado de ellas. Simplemente cayeron al suelo”. “Hubo una ráfaga de disparos de ametralladora”, [el testigo, Idrissa Sissoko] dijo. También contó haber visto seis mujeres recibiendo disparos. “Ví seis cuerpos tirados en el piso, repentinamente”, dijo.

De acuerdo a [este reporte](#), una fuente militar le dijo a un periodista de Reuters que los disparos fueron un accidente como resultado del nerviosismo de las fuerzas de seguridad luego de disturbios previos.

Conclusión

Podemos decir que la fecha y locación fueron verificadas con un alto grado de certeza. No podemos decir lo mismo de la fuente original y, por lo tanto, no tuvimos oportunidad de hablar con la persona que filmó los eventos.

En última instancia, ¿el video demuestra lo que denuncia?

Eso no lo podemos determinar con un 100% de satisfacción desde la distancia y con el material que pudo ser recolectado. Además de poder ser capaces de contactar y entrevistar al usuario que subió el video, sería importante recolectar testimonios adicionales de primera mano de testigos en sitio, doctores que trataron a las víctimas, así como familiares de las víctimas reportadas. Para identificar a esas víctimas podríamos intentar realizar una investigación más detallada del primer video, separándolo cuadro por cuadro en los momentos clave de la balacera para intentar encontrar maneras de identificar a las víctimas y luego rastrear a quienes las sobreviven.

Incluso con todos los hechos de corroboración y la información que pude recabar, el veredicto es aún inconcluso respecto a este video.

Caso de Estudio 5.3: Confirmando la ubicación y el contenido de un vídeo.



Christoph Koettl es el gerente de respuestas de emergencia en Amnistía Internacional para Estados Unidos. Se especializa en utilizar imágenes satelitales, tecnología celular y publicaciones por parte de ciudadanos para investigaciones y difusión sobre los derechos humanos. Su experiencia se encuentra en las leyes humanitarias internacionales, análisis de conflictos, mapeo de crisis y validación de vídeos, además es un vocero consecuente en cuanto a tecnología y derechos humanos, habiendo participado en eventos tales como [SXSW 2014](#). Él ha testificado en crímenes de guerra en Sri Lanka antes que el Congreso de los Estados Unidos lo hiciese. Numerosos medios de información, tales como AP, BBC, CNN, Al Jazeera y Reuters, cubren su trabajo diariamente. Su cuenta en Twitter es [@ckoettl](#).

Durante los hechos violentos en El Cairo, en Agosto de 2013, hubo un [vídeo en YouTube](#) muy particular, que recibió mucha atención mediática. (El vídeo original fue removido de YouTube, pero puede ser visto en [este enlace](#)). La descripción más usada para este vídeo, cuyo ejemplo apareció como titular del [Washington Post](#), fue que protestantes habían empujado un carro policial fuera de un puente en El Cairo.

WorldViews

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

ocurrido abusos a los derechos humanos. Como resultado, este vídeo representaba un material importante que necesitaba un estudio cuidadoso.

Lo que entendimos del vídeo, en contraste con la descripción y los titulares de los medios, fue que en ningún momento los protestantes pudieron ser vistos realmente empujando el

El comportamiento violento demostrado por los protestantes es, por supuesto, relevante cuando se investigan [los usos desproporcionados de la fuerza](#) por parte de los organismos policiales, como hacemos nosotros en Amnistía Internacional. También trabajamos para verificar vídeos como parte de determinar si han

vehículo fuera del puente. Claramente necesitaba una observación más detallada. A continuación está lo que hice para evaluar el contenido del vídeo y determinar la ubicación exacta del incidente:

Uno de los primeros pasos cuando se valida un vídeo de algún ciudadano es buscar por otro contenido que muestre el mismo incidente¹. Normalmente busco en YouTube tanto como en Storyful (un servicio pago) y la Sala Abierta de Noticias (Open News Room) de Storyful, para encontrar vídeos relacionados. (Como se menciona en el capítulo, filtro mis búsquedas en YouTube por fecha de subida para acortar el número de resultados.) Usando estas herramientas, encontré un [segundo vídeo](#) que fue tomado desde un ángulo distinto. Parece ser filmado desde un edificio cercano, proveyendo así una visión más amplia de la escena. El metraje adicional muestra que nadie realmente empujó el vehículo de la policía fuera del puente. Más bien, el vehículo parece haber impactado con otro vehículo, causándole un retroceso y finalmente la caída desde el puente. El segundo vídeo confirmó que el incidente fue real, pero también reveló que la descripción y los encabezados en las publicaciones fueron inexactos.

¹: Para más sobre el valor de los vídeos con múltiples perspectivas, por favor ver el artículo de Hal Hodson: "[Vídeos de múltiples perspectivas pueden identificar a quienes abusan a los derechos humanos](#)". New Scientist, 28 de Junio de 2013; y el [Proyecto Rashomon](#).

Con la ventaja provista por el segundo vídeo, se hizo más fácil encontrar la ubicación exacta del incidente. The Washington Post publicó un artículo relacionado con el vídeo titulado "6th of October Bridge", este fue suficiente para empezar, debido a que el puente es fácil de conseguir en mapas en línea. Sin embargo, el puente resultó ser un camino bastante elevado que recorre largas partes de la ciudad. Esto hizo más difícil conseguir la ubicación exacta.

Al revisar con detenimiento el segundo vídeo, hubo algo sobresaliente: un estadio deportivo. Tras buscar el puente 6 de Octubre en Google Earth, fui capaz de identificar dos estadios que se encontraban cerca del puente. Luego de rotar la perspectiva en Google Earth, encontré una ubicación que encajaba con el vídeo, cercana al [segundo estadio](#). Habiendo confirmado la ubicación general, fue fácil ubicar los edificios elevados cercanos al accidente. Usando las herramientas de Google Earth Pro, produje un simple mapa indicando las ubicaciones de los dos vídeos, el área de los avistamientos y los puntos sobresalientes del entorno:

Coordenadas del vídeo principal: 30.058807, 31.303089

Finalmente, otras dos características permitieron confirmar las ubicaciones: Una torre de radiodifusión es visible al fondo del vídeo, la cual también es visible en las [imágenes satelitales](#). Adicionalmente, activé la capa *Panoramio* que permite observar fotografías generadas por usuarios en Google Earth, la cual permitió ver imágenes geo-localizadas que facilitan una vista personal de las inmediaciones, por lo que contienen un alto nivel de detalle. También hay [varias fotos debajo del puente](#), donde se puede observar el lugar donde cayó el carro y los pilares del puente que se ven en el vídeo, los cuales encajan

Cairo - Police Car Falls Off Bridge

August 14, 2013



perfectamente.

Gracias a la combinación de estas búsquedas, de vídeos, de ubicaciones en Google Earth y en Google Maps, fui capaz de verificar rápidamente desde dónde fueron tomados los vídeos, y además desmentir una descripción errónea que pudo haber tenido implicaciones serias para los protestantes de El Cairo.

Al final, después de que se tuviese claridad con respecto a la historia real de porqué los carros policiales cayeron del puente, The Washington Post hizo una [segunda publicación con las correcciones](#).

Capítulo 6: Poniendo a las masas a trabajar



Mathew Ingram es un premiado periodista y consultor de medios que lleva dos décadas escribiendo sobre negocios, tecnología y nuevos medios, así como asesorando a compañías en su estrategia de medios sociales. Actualmente es redactor senior de la red de blogs basada en San Francisco [GigaOM](#), donde escribe sobre evolución de los medios y cultura web. Antes de eso, se convirtió en el primer editor de comunidades digitales conocido -especializándose en el desarrollo y estrategia de medios sociales- en el *Globe and Mail*, donde diseñó el acercamiento del periódico a los comentarios digitales, fue pionero en el impulso de la página de Facebook del periódico y acompañó a docenas de redactores y editores en su inmersión en Twitter. Tuitea como [@mathewi](#).

Realmente la idea de verificar de manera colaborativa noticias y emergencias no es tan nueva: la multitud, en general, siempre ha constituido una parte crucial en el proceso de conformación y comprensión de las noticias. Lo que ocurre ahora es que tecnologías sociales como Twitter, Facebook, YouTube y otras nos permiten emprender esta especie de procedimiento donde las decisiones se toman de modo compartido a una escala mayor, más amplia, y nos permiten también hacerlo más rápido. Eso no significa que no haya lagunas en este funcionamiento, porque las hay, pero en conjunto estamos probablemente en mejores circunstancias de lo que estábamos antes.

Piensa tan solo en cómo se conformaban los hechos y las noticias en un pasado no tan lejano: cuando estallaba una guerra, golpeaba un huracán o explotaba una bomba en alguna parte, solía haber pocos periodistas alrededor, a menos que coincidiese que estuvieran allí por algún motivo. Las fuentes sobre el terreno transmitían la información a una publicación y luego empezaba el meticuloso proceso de verificación de esos eventos, basado en entrevistas con testigos, llamadas de teléfono, etcétera.

Ahora puede muy bien ser que encontremos esas noticias -especialmente si son sucesos repentinos e impredecibles como terremotos o tiroteos masivos- en Twitter, al cabo de pocos minutos o incluso segundos de producirse. Y en lugar de sólo una o dos observaciones de viandantes y testigos obtendremos cientos o miles de ellas. Algunas pueden ser erróneas, como ocurrió en los atentados de Boston y en situaciones similares de emergencia, pero en general podemos hacernos gradualmente con una fotografía fiable de qué ocurrió y cómo -y sucede más rápido que nunca-.

Aquí se repasan algunos de los mejores ejemplos en la práctica emergente de verificación colaborativa, tal y como la ejercen periodistas innovadores como Andy Carvin, anterior responsable senior de Estrategia Social en la radio NPR, y otros.

Identificar, verificar y conectar con las fuentes

La mayoría de las veces, el punto de partida es identificar fuentes fiables y después *curar* (seleccionar), agregar y verificar la información que procede de ellas. Durante la Primavera Árabe Andy Carvin, de NPR, configuró lo que ha llamado una "redacción Twitter" de fuentes

en Oriente Próximo empezando por gente que conocía personalmente y empleándolas como medio para descubrir otras fuentes.

“Lo que me parece de verdad importante es prestar atención a la gente a la que se dirigen estas personas en Twitter, y ocasionalmente en Facebook”, explicaba Carvin a Craig Silverman en una entrevista realizada en 2011. “Tanto en el caso de Túnez como en el de Egipto yo ya contaba en cada país con cerca de media docena de fuentes a las que conocía de antemano”.

Carvin también pidió a personas que conocía que recomendaran o verificaran nuevas fuentes que iba encontrando al buscar o al seguir etiquetas específicas en Twitter. Con el tiempo, generó listas de cientos de fuentes valiosas.

A su vez, esas listas se convirtieron en el motor que permitió a Carvin tuitear eficazmente y en vivo todo un conjunto de guerras -recibiendo información, republicándola, pidiendo ayuda a sus seguidores y fuentes para verificarla, y luego tuiteando el resultado-. En muchos casos fue un proceso caótico, pero de resultado exitoso.

Para gestionar esos muchos contactos, creó listas de Twitter organizándolas como grupos lógicos basados en temas o en la ubicación geográfica. Hoy, este tipo de funcionamiento se podría complementar con listas de interés en Facebook, círculos de Google Plus y otros recursos, así como suscribiéndose a cuentas de YouTube y creando listas de reproducción, entre otras opciones.

Carvin también dio otro paso crítico que fue ponerse en contacto con muchas de sus fuentes directamente o encontrarse con ellas en persona para desarrollar una relación personal. Mucha gente sólo veía lo que hacía en su cuenta de Twitter, pero también pasaba un montón de tiempo comunicándose con gente vía Skype, correo electrónico y otros medios para confirmar sus identidades.

Como se ha detallado en capítulos anteriores, estos tipos de fuentes y la información que facilitan deben ser verificadas. Tras emplear la búsqueda avanzada de Twitter, la búsqueda de YouTube y otros medios para encontrar gente y organizaciones sobre el terreno o con acceso a información relevante, es necesario trabajar para contactarlas y verificar de dónde procede su información.

Cuanto más interacciones con tus fuentes y aprendas sobre ellas, más conocerás sus fortalezas, debilidades, sesgos y otros factores que deben ser sopesados al considerar la información que comparten. A medida que crezca tu lista de fuentes, también puedes empezar a ver patrones en lo que ven y comparten y reportan, y todo ello proporciona la materia prima necesaria para triangular y determinar exactamente que está y qué no está ocurriendo.

“Algunos de estos individuos trabajan activamente para derrocar a sus regímenes locales”, decía Carvin sobre las fuentes con las que conectó durante la Primavera Árabe ¹. “Simplemente debo ser consciente de ello todo el rato. Quizá la clave es transparencia, de modo que una persona concreta pueda estar dándome buena información pero yo nunca olvide que forma parte de la oposición”.

Creando lazos con las fuentes

En un determinado momento durante los episodios de violencia que surgieron en Libia en 2011, alguien contactó con Carvin vía Twitter y le pidió -a él y por extensión a su redacción Twitter- ayuda para verificar si se estaban utilizando armas israelíes en ese país. El periodista detalló cómo se desarrolló todo en un Storify²:

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 de aquella pista, Carvin comprometió a sus seguidores en la causa pidiéndoles que confirmaran si el mortero en cuestión era israelí. Ellos proporcionaron una mezcla de pistas y puntos de vista útiles por un lado y callejones sin salida por otro. Al final recibió información específica que ayudó a responder a la pregunta:

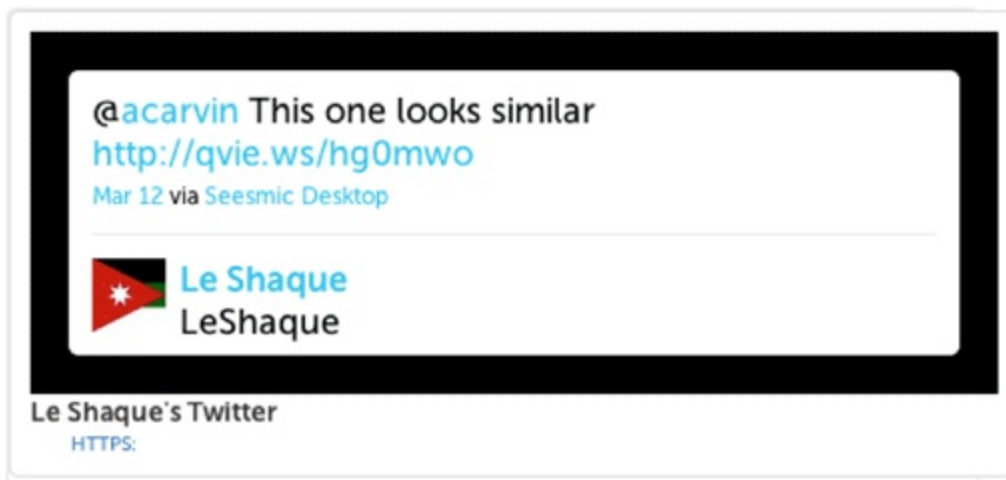
Resultó que el arma no era israelí, procedía de India. Y no era ni siquiera un mortero. Carvin explicó que una de las cosas por las que supo que se acercaba a la información correcta

fue que lo oyó de numerosas fuentes que no estaban conectadas las unas con las otras.

"En el caso de las llamadas armas israelíes, tenía a un montón de personas que básicamente me daban la misma información cuando en realidad no se conocían, así que reflejé parte de ella en mi Storify", afirmó.

Es importante recordar que algo que ayudó a Andy Carvin a hacer lo que hizo fue su forma de contactar con otros para obtener ayuda: de un modo muy humano y accesible. También trató a los que se aproximaban a él como colegas, más que solo como fuentes a las que podía dar órdenes para lograr sus objetivos. Los periodistas y quienes simplemente emiten

A Syrian living in Beirut named [@LeShaque](#) began to dig up a lot of intriguing leads from weapons manufacturers in India:



órdenes obtienen muy poca respuesta, pero tratar a las personas como a seres humanos es lo que consigue la gran diferencia.

El reportero de guerra C. J. Chivers recurrió a un acercamiento similar al de Carvin para verificar qué bombas se habían empleado en varios conflictos, y afirma³ que el proceso permite llegar a la verdad mucho más rápido de lo que hubiera sido posible en el pasado.

Sea cual sea la información, es probable que haya personas conocidas en tu círculo social (o en su red más amplia de contactos) que conozcan la verdad sobre ese incidente o suceso. Sólo tienes que encontrarlas.

Decía Chivers: "La verificación en este caso fue posible con ayuda de los



WEAPONSINDIA.COM · 3 YEARS AGO

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

recursos habituales para la cobertura de guerra sobre el terreno: inclinación a trabajar en el lugar de los hechos, una cámara digital, una conexión vía satélite a Internet, un ordenador portátil, una cuenta de correo electrónico y un conjunto de fuentes con conocimiento especializado. Pero se produjo un giro que lleva a reflexionar sobre nuevas formas de investigar las guerras en tiempo real: utilizar herramientas propias de medios sociales para

generar breves multitudes de expertos en torno a un medio social".

Chivers también ha recalcado los logros de un "periodista ciudadano" ⁴ británico llamado Brown Moses. Es un bloguero cuyo nombre real es Eliot Higgins y que ha desarrollado una gran experiencia en armas químicas a base de observar y verificar miles de vídeos de YouTube relativos al conflicto en Siria.

Higgins no tenía formación ni en periodismo ni en equipamiento militar pero se ha convertido en un enlace clave en la cadena de verificación, hasta el punto de que periodistas profesionales como Chivers e incluso agencias de ayuda humanitaria han terminado confiando en él. Fuentes nuevas, críticas, como Moses, pueden emerger en ciertas situaciones, ya sea porque han trabajado sobre un tema durante mucho tiempo o porque están en el lugar correcto (o equivocado) en el momento oportuno.

Información colaborativa responsable

Algo que toda persona que intenta obtener información durante una crisis tiene que recordar, sea periodista o no, es que al emplear redes sociales como Twitter, Facebook o Google Plus también se está convirtiendo en fuente de información para otros. Eso significa que cualquier información no confirmada que se publica mientras se lleva a cabo el trabajo de verificación podría contribuir a la confusión en torno a la noticia.

Ten eso en mente mientras tuiteas o publicas detalles y buscas corroboración. El mejor acercamiento es ser lo más abierto posible acerca de lo que está ocurriendo, recordando repetidamente a tus seguidores o contactos que estás buscando ayuda y no sólo haciendo circular información no confirmada.

Para evitar confusiones, sé tan claro como te sea posible acerca de lo que sabes y lo que no, así como acerca de las partes concretas de la información para las que necesitas ayuda en el proceso de confirmación. En el caso de detalles sensibles o potencialmente conflictivos, es mejor tratar de confirmarlos por métodos no digitales antes de llevarlos a los medios sociales y a métodos en línea. Puedes ser cuidadoso y etiquetar la información como "no confirmada" o como rumor, pero estas etiquetas a menudo llegan a desaparecer una vez que el contenido se difunde. Todos somos responsables de tener en cuenta esa realidad y de no añadir confusión o desinformación en una situación de crisis.

El poder de la multitud

Los algoritmos y las búsquedas automatizadas pueden generar gran cantidad de contenido cuando se trata de noticias de última hora, como se detalla en el próximo capítulo. Pero puede decirse que sólo los seres humanos son capaces de filtrar y dar sentido a todo ese contenido de modo eficiente en tiempo real. Como demuestran los ejemplos de Andy Carvin y Brown Moses, la mejor herramienta para lograrlo es, de lejos, una red de fuentes de confianza centradas ya sea en un tema específico, ya sea en una ubicación física concreta: una red a la que puedes recurrir como a tu propia redacción colaborativa.

Lograr este tipo de relación con las fuentes no es algo que se pueda dejar a la ligera. No es sólo una herramienta o un proceso que te permite hacer tu trabajo o completar una

tarea más rápido y más eficientemente: es un esfuerzo colaborativo, y deberías estar preparado para dar tanto como recibes.

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>

Caso de Estudio 6.1: Confundido por la gramática árabe



Tom Trewinnard es el gerente de investigación y comunicaciones en [Meedan](#), una organización tecnológica sin fines de lucro que trabaja en el proyecto Checkdesk, para desarrollar herramientas colaborativas de verificación en línea. Su cuenta de Twitter es [\[@Tom_El_Rumi\]](#) (https://twitter.com/Tom_El_Rumi).



M. SH. es un cofundador del grupo de noticias Shabab Souria (Juventud Siria), el cual formó con amigos después de analizar la dinámica entre los medios ciudadanos y los reportajes más populares durante las protestas en Túnez, Egipto y Libia a principios del 2011.

Shabab Souria (Juventud Siria) es una red de Sirios dentro y fuera de Siria, quienes colaboran usando herramientas en línea y publicando actualizaciones dentro de todo el territorio Sirio. Trabajando como un grupo cerrado de Facebook, sus miembros trabajan en conjunto para

verificar la información de los cientos de reportes que emergen diariamente por parte de fuentes oficiales y redes sociales. Luego publican el contenido verificado en Árabe e Inglés utilizando Checkdesk.

[Checkdesk](#) es una plataforma abierta para la publicación de noticias con a capacidad de verificar contenidos. Checkdesk fue inaugurado por Meedan en Julio de 2013, con seis líderes de noticias del Medio Oriente, los cuales han conducido una serie de talleres dentro de sus comunidades para entrenar ciudadanos en alfabetización mediática, conciencia sobre la fuente de los contenidos y técnicas de verificación.

Un buen ejemplo de cómo Shabab Souria trabaja para desmentir y verificar reportes ocurrió [el 5 de Diciembre de 2013](#). Una persona bajo el nombre de Sham al-Orouba publicó un vídeo de YouTube en el grupo de Facebook Shabab Souria. En el vídeo, un hombre barbudo era identificado como un miembro del grupo Seyoof al Islam yihadista, reclamaba que el grupo había realizado ataques en contra de la comunidad Cristiana de Saydna y el monasterio Deir Cherubim.

Su narrativa sobre los ataques se intercalaba con segmentos de vídeo difusos, aparentemente mostrando imágenes de un edificio en una colina con una estatua de Jesús Cristo. Al publicar el vídeo en el grupo Shabab Souria, hizo una simple pregunta: “¿Confirmado o negado?”.

Un miembro del grupo, Mohammad Fakhr Eddin, (todos los miembros del grupo utilizan seudónimos para protegerse), respondió rápidamente, notando que algunas inexactitudes gramáticas del Árabe del presentador eran atípicas de un yihadista. Basado en sus experiencias revisando cientos de vídeos y otros contenidos de yihadistas, el grupo conoce que los yihadistas suelen usar un lenguaje fluido.

Otro usuario, Abu Nabil, estuvo de acuerdo en que el Árabe de poca calidad del presentador le traicionaba, señalando que él no es quien dice ser. Nabil añadió que el Islam

prohíbe ataques a iglesias, y otro usuario estuvo de acuerdo en que los grupos yihadistas no suelen atacar iglesias en Siria a menos de que haya una razón militar fuerte para hacerlo.

Shamyia Sy y Mohammad Fakhr Eddin añadieron otra pieza de información importante sobre la fuente: dijeron que la persona que subió el vídeo a YouTube — Nizar Nayouf — es notablemente desconfiable. Su evidencia fue que Nayouf en el pasado ha sido responsable de publicar propaganda pro-Assad, buscando difamar a los grupos anti-Assad.

“Esto no pudo ser confirmado por ninguna otra fuente,” escribió Abu Karam al-Faraty en una publicación en el grupo.

Nadie pudo ubicar otros reportajes, imágenes o vídeos de Seyoof al Islam, u otros grupos yihadistas, atacando a Deir Cherubim o a la comunidad cristiana en Saydna.

Con el tiempo, los miembros de un grupo como Shabab Souria, desarrollan sus propias áreas de experticie, así como reputación en base a su trabajo. Sy y al-Faraty eran conocidos detectives: A través de su record de diligencia revisando medios, se establecieron a sí mismos como expertos creíbles en materia de verificación. El hecho de que ellos fueron quienes identificaron a la fuente del vídeo como poco confiable le añade más peso a la información.

Al final, tomó menos de tres horas para que el grupo determinara que el vídeo era falso. Sumando las experticias de varios miembros, fueron capaces de revisar si existían otros vídeos o reportajes sobre lo sucedido, además examinaron y cuestionaron la credibilidad de la fuente, y analizaron el contenido del vídeo para identificar aspectos dudosos sobre su autenticidad.

Siete usuarios distintos colaboraron para desmentir el vídeo. Si esto no hubiese sucedido, el reportaje falso pudo haber contribuido a continuar la propaganda de guerra que influenciaría no sólo a los civiles dentro de Siria, sino a muchos políticos en el extranjero.

Como escribió un usuario en la conversación: “El problema es que sabemos que esto fue falso, pero los medios Occidentales lo hubiesen tomado como real”.

Todo esto tomó lugar en un momento en el que la intervención militar internacional parecía una posibilidad real. Por consiguiente era esencial desmentir el vídeo — y además hacer pública la falsedad del mismo, mediante las redes sociales que se han vuelto cruciales en el flujo de información dentro del conflicto Sirio.

Capítulo 7: Sumando el colectivo computacional al colectivo humano



Patrick Meier (Ph.D.) es una autoridad, internacionalmente reconocida, en la materia de la aplicación de nuevas tecnologías a respuestas humanitarias. Actualmente se desempeña como director de innovación social en el Instituto de Investigaciones Informáticas de la Qatar Foundation (QCRI) donde realiza prototipos de [Tecnologías Humanitarias de Próxima Generación](#). Previo a QCRI, Patrick fue co-fundador y co-director del Programa de Mapeo de Crisis y Alerta Temprana de HHI e igualmente sirvió como director de mapeo de crisis en Ushahidi. Su influyente blog [iRevolution](#) ha recibido más de un millón de visitas. Patrick tuitea en: [@patrickmeier](#).

Durante décadas, los periodistas investigativos y profesionales de los derechos humanos han usado una mezcla de estrategias para verificar información en situaciones de emergencia y noticias de última hora. Esta experticia se encuentra ahora incluso en mayor demanda con el crecimiento del contenido generado por los usuarios.

Pero muchos de ellos, cada vez más, recurren a la “computación avanzada” para acelerar y posiblemente automatizar el proceso de verificación. Como con cualquier otra técnica, el uso de la computación avanzada para verificar el contenido de las redes sociales casi en tiempo real tiene tanto sus promesas como sus dificultades.

La computación avanzada consta de dos elementos: la computación de máquina y la computación humana. La primera hace uso de técnicas de procesamiento de lenguaje natural (PLN) y aprendizaje automático (AA), mientras que la última aprovecha los métodos del *crowdsourcing* (o colaboración colectiva) y las microtarefas.

La aplicación de la computación avanzada para verificar contenido generado por los usuarios es limitada en estos momentos ya que el campo de investigación es nuevo aún; las plataformas y técnicas de verificación aún están en proceso de desarrollo y prueba. Como resultado de esto, aún queda por verse exactamente cuánto valor le añadirán las mismas al proceso de verificación, pero sin embargo los avances en la tecnología posiblemente continuarán ofreciendo nuevas maneras para ayudar a automatizar los elementos del proceso de verificación.

Este es un momento importante en la aplicación de la computación avanzada para verificar contenidos generados por los usuarios: Tres nuevos proyectos están siendo desarrollados en este campo. Este capítulo proporciona una síntesis de los mismos, junto con antecedentes de cómo tanto la computación humana como la de máquina están siendo usadas (y combinadas) en el proceso de verificación. Antes de profundizar, permítanme añadir una exención de responsabilidad: yo lideré los esfuerzos de respuesta humanitaria digital descritos abajo, para Haití, las Filipinas y Pakistán. Además de eso, también estoy involucrado en el proyecto Verily, así como con la creación del Plugin de Credibilidad de Twitter, ambos de los cuales son también mencionados.

Computación humana

En la computación humana, también llamada *crowd computing*, una máquina asigna ciertas tareas a un humano o grupo de personas. La máquina luego recolecta y analiza las tareas procesadas.

Un uso temprano de la computación humana en una emergencia se dio después del terremoto de Haití en el 2010. [Ushahidi Inc. estableció una plataforma de computación humana basada en la Web](#) para traducir, mediante microtareas, mensajes de texto urgentes del criollo haitiano al inglés. Estos mensajes provenían de comunidades afectadas por el desastre en, y alrededor de, Puerto Príncipe. Los mensajes de texto traducidos eran posteriormente priorizados y asignados dentro del Mapa de Crisis Haitiana de Ushahidi. Pese a que la traducción de los mensajes de texto fue la primera y única vez que Ushahidi usó una plataforma de computación humana para manejar información de crisis mediante microtareas, el éxito de esta técnica de la ciencia computacional resaltó el valor que añadía la misma a la respuesta contra desastres.

La computación humana fue luego usada en el 2012 en respuesta al Tifón Pablo en las Filipinas. A petición de las Naciones Unidas, la Red Humanitaria Digital (DHN por sus siglas en inglés) [recolectó y analizó todos los tuits publicados durante las primeras 48 horas luego de que el tifón tocara tierra](#). Más específicamente, a los voluntarios de la DHN se les pidió que identificaran todas las fotos y videos publicados en Twitter que revelaran daños causados por los fuertes vientos y lluvias. Para llevar a cabo esta operación, la DHN utilizó la plataforma de microtareas gratuita y de código abierto [CrowdCrafting](#) para identificar tuits e imágenes individuales. La data procesada fue luego usada para crear un mapa de crisis de los daños causados por el desastre.

La respuesta exitosa de la computación humana al Tifón Pablo dió lugar al lanzamiento de una nueva plataforma de microtareas optimizada llamada MicroMappers. Desarrollada usando el software de CrowdCrafting, MicroMappers [fue usada primeramente en septiembre del 2013 para etiquetar tuits e imágenes publicadas en línea luego del terremoto de Beluchistán](#). Esta operación fue llevada a cabo por la DHN en respuesta a una petición de la ONU en Paquistán.

En resumen, la computación humana apenas está comenzando a ganar tracción en la comunidad humanitaria. Pero hasta los momentos la misma no ha sido utilizada para verificar contenidos en las redes sociales.

Plataforma Verily

La plataforma Verily que estoy ayudando a desarrollar hace uso de la computación humana para verificar evidencia rápidamente mediante *crowdsourcing* que permita corroborar o desacreditar información publicada en las redes sociales. [Esperamos que Verily sea usada para ayudar a resolver reportes conflictivos de daños por desastres, los cuales suelen emerger durante o después de un desastre mayor](#). Por supuesto, la plataforma podría ser usada para verificar imágenes y videos también.

Verily fue inspirada por el Reto del Globo Rojo, el cual fue lanzado en el 2009 por la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa (DARPA). El reto pedía a

los participantes identificar correctamente la ubicación de 10 globos meteorológicos rojos plantados a lo largo de los EE.UU.

El equipo ganador, del MIT, encontró los 10 globos en menos de nueve horas sin jamás abandonar sus computadoras. De hecho, aprovecharon las redes sociales, y Twitter en particular, para movilizar al público. Al inicio de la competencia, el equipo anunció que en vez de quedarse con el premio de US\$40.000 en efectivo si ganaban, lo compartirían con miembros del público que ayudaran con la búsqueda de los globos. Notablemente, incentivaron a la gente a invitar a miembros de sus redes sociales para que se unieran a la búsqueda, [escribiendo](#): “Estamos ofreciendo US\$2.000 por globo a la primera persona que nos envíe las coordenadas correctas, pero eso no es todo: también estamos dando US\$1.000 a la persona que haya invitado al ganador. Luego le daremos US\$500 a quien haya invitado a su vez a esa persona, US\$250 a quien haya invitado a esa otra, y así sucesivamente”.

La plataforma Verily usa el mismo mecanismo de incentivos en forma de puntos. Pero, en vez de buscar globos por todo el país, la plataforma facilita la verificación de reportes publicados en las redes sociales durante la ocurrencia de desastres para poder cubrir un área geográfica mucho más pequeña, típicamente una ciudad.

Piensa en Verily como en un tablero de Pinterest con pines que consisten en preguntas de sí o no. Por ejemplo: “¿El Puente de Brooklyn está cerrado debido al Huracán Sandy?”. Los usuarios de Verily pueden compartir esta solicitud de verificación en Twitter ó Facebook, así como también enviarle correos electrónicos a personas que se sepa que viven cerca.

Aquellas personas que tengan evidencia para responder las preguntas publican en el tablero de Verily, el cual tiene dos secciones: Una es para evidencia que responda la pregunta de verificación afirmativamente; el otro es para evidencia que proporcione una respuesta negativa.

El tipo de evidencia que puede ser publicado incluye texto, fotos y videos. Cada pieza de evidencia subida al tablero Verily debe estar acompañada de una explicación de parte de la persona que la está publicando del por qué dicha evidencia es relevante y creíble.

Como tal, un objetivo paralelo del proyecto Verily es el de hacer *crowdsourcing* de pensamiento crítico. Se espera que la plataforma Verily se lance en www.veri.ly a principios del 2014.

Computación de máquina

El terremoto de magnitud 8.8 que golpeó a Chile en el 2010 fue ampliamente reportado en Twitter. Como casi siempre es el caso, junto con esta oleada de tuits sobre la crisis vino también un aumento de rumores y falsa información.

Uno de tales rumores fue el de una advertencia de tsunami en Valparaíso. Otro tuvo que ver con reportes de saqueos en algunos distritos de Santiago. Aunque este tipo de rumores efectivamente se difunden, investigaciones empíricas recientes han demostrado que Twitter

tiene un mecanismo auto-corrector. Un [estudio de tuits publicados inmediatamente después del terremoto chileno](#) determinó que los usuarios de Twitter típicamente confrontan los tuits poco creíbles cuestionando la credibilidad de los mismos.

Analizando este rechazo, los investigadores han demostrado que la credibilidad de los tuits puede ser pronosticada. Un análisis relacionado basado en los datos [ha igualmente revelado que tuits con ciertas características suelen ser falsos](#). Por ejemplo, la longitud de los tuits, el sentimiento de las palabras usadas y el número de *hashtags* y emotíconos usados proveen indicadores de la posible credibilidad de los mensajes contenidos en los tuits. Lo mismo aplica para [tuits que incluyen enlaces a imágenes y videos](#): el lenguaje contenido en los tuits que enlazan a contenido multimedia puede ser usado para determinar si dicho contenido es creíble o no.

Cuando se toman en conjunto, estos datos proveen a las máquinas con los parámetros y la inteligencia necesaria para comenzar a predecir la precisión de los tuits y otros contenidos en las redes sociales. Esto abre las puertas a un mayor papel para la automatización en el proceso de verificación durante desastres y otras noticias de última hora, así como situaciones de emergencia.

En términos de aplicaciones prácticas, estos hallazgos están siendo usados para [desarrollar un "Plugin de Credibilidad" para Twitter](#). El mismo involucra a mi equipo en el Instituto de Investigaciones Informáticas de Qatar trabajando en sociedad con el Instituto Indraprastha de Tecnologías de la Información en Delhi, India.

Este plugin clasificaría tuits individuales en una escala del 0 al 100, basado en la probabilidad de que su contenido sea considerado creíble. Se espera que el plugin sea lanzado a principios del 2014. La ventaja principal de esta solución de computación de máquina es que la misma es completamente automatizada, y por lo tanto más escalable que la plataforma de computación humana Verily.

Computación híbrida

La plataforma de Inteligencia Artificial para Respuesta ante Desastres (AIDR por sus siglas en inglés) es un híbrido de los modelos de computación humana y de máquina.

La plataforma combina computación humana (microtareas) con computación de máquina (aprendizaje automático). Las microtareas consisten en tomar una tarea de gran tamaño y dividirla en una serie de tareas más pequeñas. El aprendizaje automático o de máquina implica enseñarle a una computadora a ejecutar una tarea específica.

La AIDR permite a los usuarios enseñarle a un algoritmo cómo encontrar información de interés en Twitter. El proceso de enseñanza se realiza mediante microtareas. Por ejemplo, si la Cruz Roja estuviese interesada en monitorear Twitter buscando referencias a daños de infraestructuras luego de un desastre, entonces el personal de la misma usaría la interfaz de microtareas de AIDR para etiquetar (seleccionar) tuits individuales que se refieran al daño. El algoritmo luego aprendería de este proceso y automáticamente encontrará tuits adicionales que se refieran al daño.

Este enfoque de computación híbrida puede ser usado para identificar automáticamente rumores sobre la base de un conjunto inicial de tuits que se refieran a dichos rumores. La identificación rápida de rumores y sus fuentes es un componente importante de la verificación de contenidos generados por los usuarios. Ella permite a los periodistas y profesionales humanitarios rastrear la información de vuelta a sus orígenes, así como saber a quién contactar para tomar el siguiente paso esencial en la verificación de la información.

Para estar seguros, el objetivo no debería ser solamente identificar informaciones falsas o engañosas en las redes sociales, si no contrarrestar y corregir las mismas en tiempo casi real. Una primera versión de AIDR fue lanzada en Noviembre del 2013.

Acelerando el proceso de verificación

Como se indicó anteriormente, las etapas incipientes de las plataformas de verificación potenciadas por la computación avanzada implican que su valor último para con la verificación de contenidos generados por los usuarios sigue por ser visto. Incluso si dichas plataformas rinden frutos, sus iteraciones tempranas se enfrentarán a limitaciones importantes. Pero este trabajo inicial es esencial para movernos hacia aplicaciones significativas de la computación avanzada en el proceso de verificación.

Una limitación actual es que la AIDR y el venidero Plugin de Credibilidad son completamente dependientes de una sola fuente: Twitter. Se necesitan plataformas de verificación de medios cruzados para triangular reportes a lo largo de varias fuentes, medios e idiomas. Aunque Veri.ly se acerca a satisfacer esta necesidad, la misma depende enteramente del aporte humano, el cual no escala tan fácilmente.

En cualquier caso, estas soluciones distan de ser el santo remedio de la verificación que muchos buscan. Como muchas otras plataformas de información, las soluciones mencionadas pueden ser manipuladas y saboteadas con suficiente tiempo y esfuerzo. Aún así, estas herramientas mantienen consigo la posibilidad de acelerar el proceso de verificación y tienen la posibilidad de avanzar mientras se realicen más esfuerzos e inversiones en el campo.

Caso de Estudio 7.1: Cómo OpenStreetMap usó humanos y máquinas para elaborar mapas de áreas afectadas después del tifón Haiyan



Dan Stowell es un computista científico que se especializa en análisis de audio. También es un contribuyente de OpenStreetMap y participa en el Equipo Humanitario de OpenStreetMap (Humanitarian OpenStreetMap Team), una iniciativa que diseña mapas digitales, despliega trabajadores de campo y crea sistemas personalizados para la reducción de riesgos ante desastres. Se ha desempeñado como desarrollador de software para proyectos de código abierto, enfocándose en aprendizaje de máquinas, y actualmente es un investigador en la Universidad Queen Mary del Centro de Música Digital en Londres. Su sitio web es: mclld.co.uk

OpenStreetMap es una base de datos de mapas, hecha en base a contribuciones libres, utilizando el modelo Copyleft (contenido de libre difusión) que muchos reconocerán de Wikipedia. Provee algunos de los más detallados mapas disponibles públicamente — particularmente para muchas ciudades en desarrollo.

Cuando el Tifón Haiyan impactó a las Filipinas en 2013, un grupo de voluntarios cartógrafos se reunieron para elaborar un mapa de los daños experimentados en el área (una vez confirmados). Este ejercicio fue coordinado por el Grupo Humanitario de OpenStreetMap (HOT), quienes respondieron con individuos voluntarios a la elaboración de los mapas de las áreas afectadas y lograron rápidos resultados. El trabajo combina validación humana con análisis automatizados para obtener resultados que se basaron en la Cruz Roja, Médicos Sin Fronteras, entre otros, quienes ayudaron a guiar al equipo en tierra.

El equipo HOT, mantiene una red de voluntarios coordinados mediante listas de correos y otras rutas. Veinticuatro horas antes de que llegase el Tifón, algunos miembros discutieron qué áreas serían las más probables de recibir el impacto y se prepararon para elaborar una respuesta rápida con los datos previamente obtenidos.

Una vez el tifón alcanzó las Filipinas y fue confirmado como un incidente humanitario, el equipo HOT llamó a las redes de voluntarios para contribuir a elaborar mapas del área, incluyendo prioridades específicas solicitadas por agencias de ayuda. Hubo dos objetivos principales. El primero fue proveer un mapa base detallado que contuviese las áreas pobladas y los caminos. El segundo era proveer una imagen de las cosas ubicadas en tierra después del desastre. ¿Dónde habían sido dañados o destruidos los edificios?, ¿qué puentes se habían caído? Entre otros.

El trabajo fue coordinado y priorizado a través del sitio web para manejar objetivos (que aparece abajo, es una plataforma para elaborar mapas que permite organizar micro-tareas), utilizado por el equipo HOT. Esta herramienta permitió a los administradores de HOT especificar un número de “trabajos” por hacer — tales como cartografiar los caminos y edificios dentro del área definida — y dividir cada trabajo en pequeñas tareas manejadas por un sólo voluntario, quien realizaría el trabajo utilizando imágenes aéreas.

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 .gpx files.

None

2. Trace the elements.

Comments made by contributors who previously worked on this task:

#uniHD
— geo-mapper2013

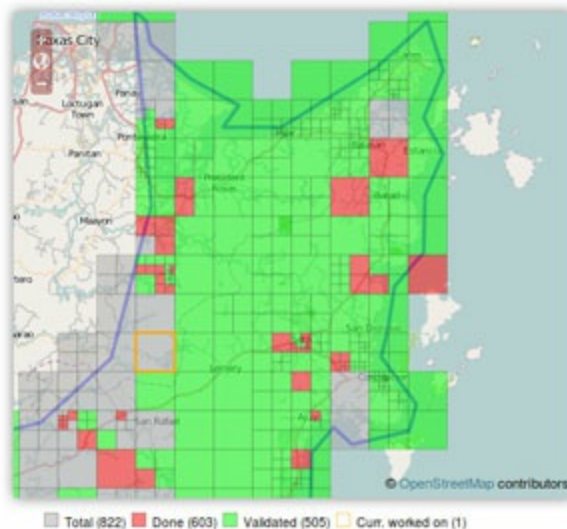
Invalidate: missing buildings and small lakes/paths
— Papa Schümpf

See the changesets for this area.

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

Comment

Mark task as done



Durante la respuesta de Haiyan, más de 1500 cartógrafos contribuyeron, de los cuales hasta 100 utilizaron la herramienta de tareas al mismo tiempo. Dividir cada trabajo fue crucial para hacer el mejor uso posible del esfuerzo invertido.

Después de escoger una tarea, los usuarios editaban el área de OpenStreetMap y luego marcaban su

tarea como realizada (el cuadro rojo en la imagen). Sin embargo, el sistema de manejo de tareas requiere que un segundo contribuyente más experimentado corrobore el trabajo realizado antes de que la tarea fuese marcada como validada (verde). (Si la tarea no fue completada adecuadamente, el estado de realizado era removido por esta segunda persona.) Los cartógrafos podían dejar comentarios en sus páginas de tareas, explicando las razones por las cuales algunas tareas pudieron haber sido rechazadas, indicando las inconsistencias en los mapas.

Imágenes aéreas son cruciales para permitirle a los cartógrafos remotos contribuir a ubicar caminos, edificaciones y otras infraestructuras. Microsoft provee imágenes globales con su servicio Bing, las cuales pueden ser utilizadas con OpenStreetMap, y en efecto fueron utilizadas durante los acontecimientos en Haiyan.

Representantes del equipo HOT también contactaron agencias y compañías tales como la NASA, USGS y DigitalGlobe, para obtener imágenes aéreas en alta resolución. Una vez que estas estuvieron disponibles, el equipo HOT creó más trabajos en el manejador de tareas, pidiendo a los voluntarios validar y mejorar los mapas base de las Filipinas.

El manejador de tareas es el paso más visible de validación, pero el ecosistema de OpenStreetMap también posee características cruciales de validación que funcionan de manera automática. El software para la edición de mapas JOSM valida automáticamente los cambios elaborados por usuarios antes de ser subidos, y previene de datos improbables, tales como edificios sobre edificios o ríos que parecen cruzarse, pero nunca se encuentran.

Otras herramientas automatizadas analizan regularmente la base de datos de

OpenStreetMap y resaltan problemas potenciales. Cartógrafos experimentados usualmente utilizan este mecanismo para arreglar o revertir ediciones problemáticas, o contactar a los usuarios directamente.

Este flujo de trabajo (combinado con coordinación y comunicación constante mediante listas de correos, blogs y wikis), provee una estructura de validación sobre el modelo de comunidad de OpenStreetMap.

Este modelo permanece altamente abierto, sin restricciones para primeros usuarios y una jerarquía de validación semi-formal; aún así, logra producir mapas muy detallados rápidamente, los cuales pueden ser utilizados por agencias internacionales de respuesta, quienes los encuentran muy valiosos.

Ya que los datos son abiertos, las agencias que responden a ayudar a los individuos afectados luego de los eventos catastróficos pueden utilizarlos de muchas maneras: Han impreso mapas, los han descargado para unidades SatNav de los equipos de respuesta, los han usado para ubicar centros poblados, tales como villas, y analizar la información para entender patrones de brotes de enfermedades.

Este mapa rápidamente actualizado también puede ser usado por periodistas con un poco de conocimiento de datos geográficos; por ejemplo, para proveer información contextual geográficamente referente a datos provenientes de otras fuentes, tales como tuits, para ayudar a validar lo que se dice sobre el impacto de los hechos en distintas áreas, o producir infografías del impacto y alcance del desastre.

Capítulo 8: Preparándonos para cubrir desastres



Sarah Knight es la directora de contenidos regionales de la [ABC Local Radio](#) en Australia Occidental. En sus 25 años en la Australian Broadcasting Corporation, Sarah se ha involucrado en la cobertura de un número de emergencias para la Local Radio incluyendo los incendios de Roleystone Kelmscott y Margaret River en el 2011, así como el Ciclón Tropical Rusty en el 2013, entre muchos otros. Ha sido entrenadora líder en prácticas de cobertura de emergencias dentro de la organización. Knight supervisa personal en seis estaciones de radio en Australia Occidental cubriendo desde el sur, propenso a incendios e inundaciones, hasta el norte, propenso a ciclones, incendios e inundaciones.

Las organizaciones de noticias tradicionalmente han tenido dos roles impulsados por la información durante una emergencia. El primero es proveer a la gente con la información necesaria para responder a un evento. Esta información debe ser clara, oportuna e inequívoca. A menudo, dicha información proviene directamente de agencias gubernamentales, el ejército, cuerpos de bomberos, la policía u otras fuentes oficiales.

El segundo rol es el que las salas de noticias practican (o deberían practicar) todos los días: compartir información crítica equitativamente y sin favores o prejuicios.

En la actualidad también hay un tercer rol. La gente hoy en día a menudo se entera primero de las amenazas de emergencias a través de las redes sociales. Así que en vez de ser las primeras en informar a la gente acerca de las emergencias, las salas de noticias y otras organizaciones a menudo terminan actuando como una segunda fuente crítica de verificación, un filtro que separa la señal del ruido, y del rumor.

La preparación es clave para llevarle información precisa a las personas que la necesitan, y para asegurarnos de no difundir, accidentalmente, información falsa.

¿Qué puede hacer Ud. para asegurarse de obtener la información que necesita para mantener a la gente a salvo, así como para ser la fuente confiable durante momentos de caos y confusión? En este capítulo examinaremos algunas maneras sencillas para que Ud. y sus colegas se preparen para transmitir información oportuna y de calidad durante una emergencia.

Elementos de preparación

Lo primero a decidir es cuál rol informativo va a jugar su organización. ¿Está Ud. reportando y/o está asistiendo a la comunidad emitiendo advertencias y consejos oportunos? La Australian Broadcasting Corporation separa estos dos roles. Nuestra sala de noticias reporta y nuestros programas en Local Radio (y hasta cierto punto nuestro canal de noticias 24 horas News24 también) emiten advertencias oficiales y avisos, y reportan luego.

La política de ABC establece que las transmisiones de emergencias consisten de advertencias formales y oficiales relacionadas con eventos de emergencia, así como

información provista por otras fuentes, incluyendo llamadas de los oyentes y redes sociales, así como transmisiones durante la fase de recuperación. Nuestra política no aplica a “Personal y contratistas de la División de Noticias de ABC, cuyos reportajes de eventos de emergencia están excluidos”.

Información local

Con su(s) rol(es) definidos, lo siguiente a hacer es equipar a su gente con la información local que necesita para responder rápidamente y para comprender las implicaciones de una amenaza potencial. Esto significa analizar qué tipo de situaciones de emergencia tienen posibilidad de ocurrir en su área y prepararse para las mismas.

Algunas preguntas a considerar:

- ¿Cuáles son los desastres naturales más comunes y posibles que pueden ocurrir en nuestra área?
- ¿Qué tipos de crímenes o emergencias tienden a ocurrir?
- ¿Cuáles son las estructuras críticas en el área (autopistas, puentes, etc.)?
- ¿Hay agencias gubernamentales sensibles o instalaciones militares que pudiesen ser objetivos?
- ¿Cuáles son las carreteras riesgosas u otros elementos de infraestructura que suelen ser escenarios de incidentes de emergencia?
- ¿Cuáles vecindarios/regiones son el hogar de pandillas, grupos rebeldes, etc.?

Ahora que ha identificado algunas de las situaciones más probables, comience a construir una lista de fuentes acreditadas (tanto oficiales como no oficiales) que tengan información útil y crítica.

Esto incluye socorristas (¿están en Twitter y/o Facebook? ¿puede armar una lista de los mismos para tenerla a mano?), así como expertos locales en universidades, ONG y oficinas del gobierno, y también los jefes de comunicaciones de agencias, empresas y otras organizaciones importantes.

Recolecte números de teléfono, cuentas de Twitter y páginas de Facebook y pónganlo todo en un formato central y asequible, ya sea una base de datos compartida, hoja de cálculo u otro medio. Organice sus contactos por tipo de situación en dónde puedan ser más útiles.

Estableciendo relaciones

Todo periodista o trabajador humanitario necesita contactos. Pero no se trata solo de los números de teléfono y otros detalles: se trata de las relaciones. Fuentes confiables que Ud. sepa que puede llamar para obtener información de calidad. Fuentes en que Ud. confíe.

Esa confianza no se va a desarrollar instantáneamente durante una emergencia.

Ud. necesita ser proactivo. De ser posible, reúname con sus fuentes en persona. Invítelos a visitar su sala de noticias, oficina o instalaciones. Muéstreles lo que Ud. hace con la

información que ellos proveen. Explíqueles cómo les ayudará a hacerle llegar el mensaje a las personas que lo necesitan. Tómese su tiempo para visitarlos y ver cómo trabajan durante una emergencia. Entienda sus procesos y las presiones a las que están sometidos. Conocerlos personalmente le ayudará a Ud. a obtener prioridad cuando estén ocupados atendiendo múltiples solicitudes.

Así como las relaciones con el personal clave en los servicios de atención de emergencias y otras organizaciones/agencias, considere la relación con su audiencia.

¿Sabe la audiencia que Ud. les proporcionará información oportuna? ¿Sabe la misma cuándo escuchará o verá dicha información? ¿Sabe la audiencia cuáles servicios presta Ud. (y cuáles no) durante una emergencia?

Para las salas de noticias, los reportajes anticipados son una manera de comunicar el mensaje de que Ud. será una fuente de información que podrá ayudar al público. Por ejemplo, en la ABC publicamos reportes ofreciendo [un panorama de cómo se verá la próxima temporada de incendios](#), así como [guías para preparar kits de emergencia](#). Este tipo de contenido puede ser ofrecido por salas de noticias, agencias de ayuda y otras organizaciones, lo cual ayuda a crear las condiciones acerca de cómo puede ser Ud. de ayuda para con el público.

Es también importante hacer que la información fluya en el otro sentido. Su audiencia y comunidad serán una fuente importante de información valiosa durante una emergencia. Aliente a su audiencia a llamar, enviar correos electrónicos o mensajes de texto con información. Esto puede comenzar con atascos de tráfico, fotos del clima y otra información.

Entrenando al personal

En la ABC comenzamos con un Plan de Transmisión de Emergencias. En el mismo hay instrucciones claras acerca de cómo tratar las advertencias oficiales al aire, así como información tal como mapas de cobertura de transmisión para asegurarnos que las advertencias lleguen a las personas afectadas.

También contamos en nuestro plan con información que los presentadores pueden usar al aire para ayudar a las personas. La información proviene de varias agencias de gestión de emergencias. Por ejemplo: “Llene su bañera con agua para que pueda usarla para apagar fuegos puntuales si falla la presión del suministro”, ó “Apriete todas las pantallas contra ciclones. Forre con tablas o con cinta fuertemente todas las ventanas expuestas”.

Parte de su preparación debería incluir también la recolección de consejos que se puedan proveer al público al ocurrir los desastres. Estos pueden ser recolectados al consultar las fuentes por anticipado.

Asegúrese de crear procesos internos que requieran volver a conectar con las fuentes para asegurar que la información esté actualizada. Estas actualizaciones pueden ser programadas si su área es propensa a emergencias climáticas.

En el norte de Australia, por ejemplo, los ciclones son una gran preocupación. También son

bastante predecibles ya que hay una temporada anual en la cual es más probable que ocurran. Previo a dicha temporada, nuestros planes locales son actualizados y los cuerpos de emergencia son llamados para revisar que la información y contactos sean aún correctos. El personal es reunido para revisar los procedimientos en pequeños grupos.

Esto no solo asegura que la información en el plan esté actualizada, si no que también ayuda a restablecer las relaciones que pudiesen haber sido abandonadas en los períodos de quietud.

Una herramienta que hemos encontrado ser de utilidad al entrenar al personal son las hipótesis sobre las bases de las experiencias previas. Las hipótesis obligan al personal a pensar lo que deberían hacer en dicho escenario y a veces puede conllevar a discusiones vigorosas acerca de las mejores prácticas. La tecnología y las herramientas cambian rápidamente, por lo que esto puede ser una gran manera de asegurarnos que estamos actualizados.

Estas hipótesis las planteamos a diferentes niveles, por ejemplo:

- ¿Qué hacer cuando se pronostica un evento climático catastrófico?
- ¿Qué hace Ud. cuando se le pide evacuar el estudio?
- ¿Qué pasa si Ud. está haciendo su guardia normal y se recibe una advertencia?

La salud y seguridad laborales son un asunto clave. Asegúrese de que su personal tenga el entrenamiento adecuado para estar en zonas peligrosas. En Australia, por ejemplo, las autoridades bomberiles y de atención de emergencias ofrecen sesiones de entrenamiento para los medios que reportan desde zonas de incendios; el personal no es enviado a esas zonas sin haber completado el entrenamiento.

Las agencias de gestión de emergencias a menudo ofrecen sesiones de entrenamiento para periodistas, por ejemplo, para manejo de riesgos al visitar zonas de incendios. Participar en estos entrenamientos puede ser especialmente importante si para pasar a zonas protegidas por las autoridades para reportar la historia solo pueden hacerlo periodistas acreditados con dichos entrenamientos (además el entrenamiento en sí es otra manera que tiene el periodista de hacer contactos dentro de la organización de manejo de emergencias y para comenzar a establecer confianza). En las organizaciones de ayuda, entrenar al personal es especialmente importante, ya que los mismos pueden permanecer en zonas afectadas por largos períodos de tiempo.

Finalmente, no ignore a los nuevos ingresos y miembros de su equipo. Nosotros tenemos una política de inducir al personal a los procedimientos de transmisión durante emergencias a las dos semanas de su ingreso. ¡Desafortunadamente las emergencias no esperan por las sesiones anuales de entrenamiento!

Comunicación interna

No es suficiente con tener canales de comunicación rápida con los grupos de interés externos. Ud. necesita idear el flujo de trabajo y plan de comunicación para que Ud. y sus

colegas trabajen juntos.

Algunas preguntas clave a considerar y responder incluyen las siguientes:

- ¿Cómo comunicará lo que está haciendo con el resto de su organización?
- ¿Quién está a cargo de tomar la decisión final acerca de lo que se comparte/publica/transmite?
- ¿Hay alguna *paywall* o contenido sólo para suscriptores que necesite ser abierto en caso de una emergencia?
- ¿Tendrá Ud. una sección dedicada en su página web?
- ¿Qué necesita saber/hacer su equipo de soporte técnico? ¿Y los productores del sitio web? ¿Los que manejan las redes sociales?
- ¿Sus transmisores y otra estructura crítica están seguros?

En la ABC hemos desarrollado un Reporte Situacional ("Sitrep") que es distribuido ampliamente a través de nuestro sistema de correo electrónico cuando hay una emergencia significativa. Esto asegura que todos tengan una idea de la amenaza y de la respuesta de la ABC, así como quién está manejando la emergencia internamente.

El "Sitrep" es una herramienta útil no sólo para comunicarnos internamente si no también como lista de chequeo para gerentes cuando hay un riesgo de parálisis por sobrecarga de información. ¹

Se han establecido grupos de distribución de correo electrónico de personal clave en cada estado y los mismos son mantenidos regularmente para facilidad de distribución. También se puede considerar listas de distribución de SMS y otras formas de hacerle llegar la información a su personal (nosotros usamos Whispir, una herramienta interna de e-mail/texto que puede entregar alertas de emergencia para noticias de última hora).

Durante una emergencia importante (tales como los recientes incendios forestales de Nueva Gales del Sur) le pedimos al resto de la cadena que no llame al equipo que está trabajando en la emergencia para pedirles entrevistas acerca de la misma. También le pedimos a los equipos fuera del área afectada que no llamen a las autoridades para no sobrecargarlas. A veces asignamos a alguien para que trate con las solicitudes externas específicamente de manera que nuestro equipo pueda trabajar haciéndole llegar la información de la emergencia a las personas que están bajo amenaza.

Cuando tiene que ver con verificación, la parte clave a comunicar es el flujo de trabajo de cómo el contenido y la información serán recolectados, revisados y luego aprobados o rechazados para su publicación. ¿Quién hace los chequeos y revisa dicho trabajo? ¿Cómo se asegura que cada pieza de contenido se pueda beneficiar de ser vista por varios ojos al tiempo que le permita moverse rápidamente y publicar la información importante?

Cobertura durante la recuperación

Las organizaciones siempre quieren cubrir y responder a las emergencias durante el punto álgido del desastre, pero las comunidades afectadas pueden tardar muchos meses, o

incluso años para recuperarse. Las salas de noticias deberían planificar estar allí en lo sucesivo para soportar a dichas comunidades con información que puedan usar (esto es menos problemático para las organizaciones de ayuda y humanitarias, quienes le dan prioridad a este aspecto).

Estar allí en esos momentos puede ayudar a establecer confianza en su organización. Una de las quejas comunes en las post-emergencias es la sensación de abandono.

Ud. necesita ayudar con la recuperación de su personal también. Una reunión posterior a la emergencia es esencial para permitir que su gente se desahogue y para asegurarse de entender qué pasó para poder mejorar su servicio la próxima vez. Porque habrá una próxima vez.

Los miembros del personal deberían ser chequeados individualmente. A menudo estos eventos pueden ser traumáticos, y no sólo para aquellos que van físicamente a la zona del desastre. Algunos miembros del personal podrían haber sido afectados personalmente, con familiares en riesgo.

Después de los incendios forestales del Sábado Negro en Victoria, Australia en el 2009, muchos miembros del personal reportaron sentirse incapaces después de recibir llamada tras llamada de personas desesperadas atrapadas en las zonas de los incendios.

Años después de las inundaciones de Queensland en el 2011, personal que estuvo “en el frente” reportó síntomas de estrés post-traumático.

Es importante que el personal y los gerentes reconozcan los síntomas del estrés en el lugar de trabajo y que tengan a mano las herramientas o recursos para ayudar.

Ud. puede cubrir una emergencia sin preparación, pero su cobertura será más efectiva y menos estresante para su personal si crea un plan, desarrolla relaciones externas con los grupos de interés, establece rutas de comunicación dentro de su organización y asegura el bienestar del personal a través de entrenamiento, ofreciendo soporte durante un evento y llevando a cabo reuniones posteriores efectivas.

Tip para Organizaciones de Ayuda

Las organizaciones de ayuda necesitan considerar la audiencia de destino para la información. ¿Está Ud. buscando conseguir información y proporcionarla a su personal en sitio para dirigir sus esfuerzos? ¿Está Ud. enviando información a los medios o el gobierno? ¿Está Ud. comunicándose directamente con el público usando plataformas de redes sociales?

Recuerde que si usted no le está diciendo a la gente qué es lo que su organización está haciendo... ¿Entonces quién? Alguien lo estará diciendo y podría no ser correcto. Asegúrese de que no haya vacíos de información.

Caso de Estudio 8.1: Cómo NHK News cubrió y aprendió del terremoto del 2011 en Japón.



Takashi Ōtsuki es el subjefe del Centro Meteorológico del Departamento de Noticias de la agencia [NHK](#), donde se encarga de la planificación y preparación ante desastres de gran escala. Anteriormente ha trabajado en distintas sucursales nacionales, el Departamento de Noticias en TV y el Departamento de Noticias de la Ciudad, cubriendo varios tipos de desastres naturales, incluyendo la erupción del Monte Oyama en la Isla Miyake, del Monte Usu en el norte de Japón y el terremoto İzmit ocurrido en 1999 en Turquía.

Cuando un terremoto masivo impactó a Japón en la tarde del 11 de Marzo de 2011, el único medio de noticias público en Japón, NHK, se encargó de emitir un debate en vivo sobre estos eventos en su canal principal.

La Agencia Meteorológica de Japón (JMA, por sus siglas en inglés Japan Meteorological Agency) emitió una alerta 30 segundos después de que el terremoto fuese detectado, y el NHK reaccionó inmediatamente, insertando un mensaje en su transmisión en vivo con un mapa (ver abajo). Ahí mostraban el epicentro del terremoto e indicaban las áreas que experimentarían temblores; el gráfico iba acompañado de una alarma auditiva. (El JMA emite alertas y llamados de emergencia basados en datos obtenidos de sismómetros colocados en todo Japón).

Un minuto después de la alerta de JMA, todos los programas de televisión y de radio del NHK pasaron a transmitir una cobertura en vivo sobre el terremoto, y sobre las alertas de tsunamis relacionadas.



El NHK trabajó muy cerca del JMA para asegurarse de orquestar una preparación y comunicación de alto estándar. El NHK levantó un sistema que permitió crear gráficos rápidamente y automatizar la producción de nuevos guiones para el personal al-aire. El NHK también lleva a cabo entrenamientos

todos los días después de media noche cuando ningún programa es transmitido. (Esto es porque siempre estamos monitoreando y reportando terremotos.) Este compromiso a la

preparación ante desastres nos permitió responder rápidamente, cambiando la transmisión a una cobertura en vivo de los hechos inmediatamente después de que el terremoto fue detectado.

La preparación ante desastres en el NHK no sólo depende en las alertas del JMA. También operamos y monitoreamos vídeos grabados por 500 cámaras robot, que fueron colocadas en las principales ciudades, en las costas y en las áreas cercanas a las plantas nucleares. Esto nos provee una gran cantidad de material en vivo para cuando un desastre hace impacto. Por ejemplo, durante el terremoto, una cámara capturó una ola de tsunami 30 minutos después de que el terremoto fuese detectado (como aparece abajo).



En conjunto con las cámaras, el NHK utilizó imágenes aéreas capturadas por helicópteros para mostrar los efectos del terremoto y el tsunami. Esto significó que fuimos capaces de mostrar en vivo, material inolvidable del tsunami arrasando con casas en Sendai — a penas una hora después del temblor

(ver abajo).

Para el 2014, tendremos 15 helicópteros estacionados en 12 ubicaciones distintas al rededor de Japón. Esto nos permitirá alcanzar y transmitir desde cualquier ubicación en el país dentro del lapso de una hora.

El NHK también hizo el esfuerzo de difundir su cobertura del terremoto mediante distintas plataformas. La transmisión en vivo tanto de la televisión como de la radio fueron transmitidas en sitios como Ustream y Niconico Live. Fuimos sumergidos con solicitudes de personas buscando información sobre la seguridad de sus seres queridos. Para llevar a cabo esa misión a gran escala, colocamos toda la información que pudimos encontrar en el [Buscador de Personas de Google](#), el cual “ayuda a las personas a conseguirse con amigos y seres queridos después de desastres naturales o humanitarios”.

Adaptándose y Mejorando

Después del terremoto, el NHK adaptó nuestro acercamiento a las coberturas de desastres para mejorar debilidades sobre lo que hicieron. A continuación se presentan cinco nuevas iniciativas que lanzamos:



1. Hemos improvisado el reportaje de desastres para asegurarnos de que podemos ser entendidos visual y auditivamente. Nuestras coberturas previas se enfatizaban en datos reales y desprendidos, enfocados en comunicar los detalles del temblor (tales como el

epicentro, la altura esperada de las olas, etc.). Hoy en día, un locutor de noticias, en caso de una emergencia mayor, inmediatamente llamará a la audiencia a evacuar cuando sea necesario. Los locutores también se enfocará en la necesidad de evacuar calmadamente, para evitar causar pánico. Adicionalmente, utilizarán una comunicación visual que aparecerá cuando haya un llamado de evacuación inmediata (ver abajo). Esto asegura que las personas con discapacidades auditivas puedan recibir la información esencial.

2. Al principio del terremoto del 2011, muchos medios dependieron de las publicaciones de prensa por parte del gobierno y las compañías energéticas para reportar la situación en las plantas nucleares. Esto fue en parte el resultado del acceso limitado de las plantas, lo que significa que fuimos incapaces de verificar independientemente la información. Para prepararnos mejor y asegurarnos de que podemos presentar información oficial en un contexto más exacto, ahora entrenamos a los periodistas en tópicos científicos específicos. También buscamos y presentamos opiniones de distintos expertos, y publicamos predicciones sobre el impacto del temblor y cualquier accidente ocurrido en las plantas nucleares.
3. Las personas en áreas afectadas usarán redes sociales para conectarse con proveedores locales de contenido impreso y auditivo. Con la finalidad de que nuestros reporteros usen las redes sociales efectivamente cuando cubren un desastre, en el NHK desarrollamos nuevas normativas que proveen protocolos para manejar contenidos generados por usuarios, tales como incluir advertencias relacionadas con el nivel de verificación que fueron capaces de aplicar a cierta pieza de información. Las normativas también incluyen cómo ubicar evidencia y cómo identificar información falsa.

Adicionalmente, establecimos un equipo de “Escucha Social” que se enfoca en monitorear

las redes sociales y verificar el contenido de las mismas. El equipo (ver abajo) hace un uso extensivo de Listas de Twitter para pre-establecer una red de fuentes confiables para un mejor monitoreo y verificación cuando los eventos ocurren.



4. En el NHK desarrollamos nuestra propia plataforma de contenido generado por usuarios, el NHK ScoopBox. Esta plataforma reúne los datos personales del usuario y ubicación, haciendo más fácil contactarlo directamente y confirmar su

contenido. Cuando un tornado impactó la región de Kanto, en Septiembre de 2013, ScoopBox nos permitió obtener y verificar fuentes de 14 elementos de contenido generado por usuarios que fueron usados en publicaciones nacionales y locales.

5. Luego del temblor, perdimos las imágenes de muchas de las cámaras robots una vez que las fuentes de poder fallaron en las áreas afectadas por el tsunami. Debido a las dimensiones del daño, así como también a las restricciones de seguridad en Fukushima, nuestros equipos NHK fueron incapaces de recargar sus cámaras. Para evitar que esto ocurra en el futuro, en el NHK desarrollamos un sistema que genera poder a través de energía solar y lo almacena en cámaras robot más seguras. (Abajo hay imágenes mostrando una cámara del NHK, y el panel solar que ayuda a que esta funcione).



Capítulo 9: Creando un procedimiento y una lista de chequeo para la verificación



Craig Silverman es un periodista emprendedor, fundador y editor de [Regret the Error](#), un blog del Poynter Institute sobre errores, imprecisiones y verificación en los medios de comunicación. También ha desarrollado un [curso](#) sobre verificación en la era digital para la Poynter News University. Craig Silverman desempeña el cargo de director de contenido en [Spundge](#), una plataforma que permite a los profesionales aumentar y monetizar sus conocimientos a través de contenidos. Silverman previamente había ayudado a lanzar OpenFile, una startup online de noticias que proveía de información local a seis ciudades canadienses. Es el autor de "Regret The Error: How Media Mistakes Pollute the Press and Imperil Free Speech", y su trabajo ha sido reconocido por la U.S. National Press Club, los Mirror Awards, por Crime Writers of Canada y los National Magazine Awards (Canada). Tuitea en [@craigsilverman](#).



Rina Tsubaki dirige y coordina el "[Verification Handbook](#)" y "[Emergency Journalism](#)" iniciativas del [European Journalism Centre](#) de Holanda. Emergency Journalism aúna recursos para profesionales de los medios que informan en y desde situaciones volátiles en la era digital. Tsubaki ha sido conferenciante sobre estos temas en eventos, incluido un encuentro de las Naciones Unidas y el International Journalism Festival. Anteriormente coordinó diferentes proyectos centrados en el rol de los ciudadanos en el cambiante escenario de los medios y en 2011 fue la principal contribuyente del [Internews Europe's report](#) sobre el papel de la comunicación durante el terremoto de Japón de marzo de 2011. Ella también ha colaborado con el Hokkaido Shimbun, un diario regional de Japón. Tuitea en [@wildflyingpanda](#).

Fundamentos de la verificación

- Establece un manual de procedimientos para la verificación antes de que los desastres naturales o las noticias de gran alcance se produzcan.
- La verificación es un proceso. El camino para la verificación puede variar según cada caso.
- Verificar la fuente y el contenido que esta nos ofrece.
- Nunca repetir como un loro o dar credibilidad a fuentes tanto si son testigos, como víctimas o autoridades. Los relatos de primera mano pueden ser inexactos o manipuladores, impulsados por la emoción, una memoria inexacta o una perspectiva limitada.
- Desafía a las fuentes preguntándoles ¿cómo sabes esto? y ¿cómo más has podido saber esto?
- Compara las informaciones que proporcionan con otras fuentes creíbles, incluyendo archivos como fotos o grabaciones de audio o video.
- Pregúntate: "¿Sé lo suficiente para poder probar algo?". ¿Tienes el conocimiento

suficiente sobre los temas en cuestión que requieren una comprensión de las complejidades culturales, étnicas o religiosas?

- Colabora con un equipo y con expertos: no vayas por libre.

Verificando contenido generado por los usuarios

- Parte siempre desde la suposición que el contenido es inexacto, ha sido re-publicado, editado y/o duplicado en un contexto diferente.
- Sigue estos pasos cuando verifiques contenidos de los usuarios:

1. Identifica la fuente original y el contenido (incluyendo la ubicación y la fecha y hora aproximada).
2. Comprueba y desafía a la fuente.
3. Obtén permiso del autor para utilizar el contenido (fotos, video, audio). Recoge siempre la información sobre las personas que han subido el contenido y verifica tanto como puedas antes de contactarlas e interrogarles sobre si ellos son víctimas, testigos o si son los creadores del contenido.

1. Identifica y verifica la fuente original y el contenido (incluye la ubicación, la fecha y la hora aproximada)

Procedencia

El primer paso para la verificación de contenidos generados por los usuarios es identificar el contenido original, ya sea un tuit, una imagen, un video, un mensaje de texto, etc. Algunas preguntas para iniciar el proceso:

- ¿Puedes encontrar el mismo o un contenido similar en algún otro sitio online?
- ¿Cuándo fue la primera versión subida/ captada/ compartida?
- ¿Puedes identificar la ubicación? ¿El contenido fue geolocalizado?
- ¿El contenido enlaza a otros sitios web?
- ¿Puedes identificar la persona que compartió o subió el contenido, contactarla para obtener más información? (Consulta la sección “Fuente” aquí debajo)

Cuando trabajamos con imágenes o videos, utiliza Google Image Search o TinEye para hacer una búsqueda inversa de la imagen o de la captura en miniatura de un video. Si aparecen en los resultados varios enlaces a la imagen, haz clic en "View other sizes" (Ver otros tamaños), para encontrar la que es de mayor tamaño o resolución que suele ser la imagen original.

Para verificar la procedencia de imágenes:

- Utiliza Google Image Search o TinEye para hacer una búsqueda inversa de la imagen o de la captura en miniatura de un video. Si aparecen en los resultados varios enlaces a la imagen, haz clic en "View other sizes" (Ver otros tamaños), para encontrar la que es de mayor tamaño o resolución que suele ser la imagen original.

- Comprueba si la imagen tiene los datos del archivo EXIF (metadatos). Usa programas como Photoshop o herramientas gratuitas como Fotoforensics.com o Findexif.com para ver la información sobre el modelo de cámara, la fecha y la hora en que la imagen fue hecha (atención: los datos podrían ser los que vienen predeterminados por el fabricante), y el tamaño de la imagen original.
- Redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram quitan la mayoría de metadatos de las imágenes. La excepción es Flickr. Pero prueba Geofeedia y Ban.jo para identificar los datos del GPS del dispositivo móvil que subió la foto.

Para verificar la procedencia de un video:

- Utiliza acrónimos, nombres de lugares y otros sustantivos para mejorar la búsqueda por palabras claves en plataformas de video como YouTube, Vimeo y Youku.
- Utiliza Google Translate cuando tratas con contenidos en una lengua extranjera.
- Utiliza los filtros de búsqueda para encontrar los videos más recientes que concuerdan con las palabras claves.
- Utiliza Google Image Search o TinEye para realizar una búsqueda invertida con captura de imagen en miniatura del video.

Fuente

Una vez hemos identificado el contenido original, recoge información sobre el autor o el responsable de haberlo subido. El objetivo es el de confirmar si la persona detrás del perfil es una fuente fiable. Examina la huella digital de esa persona preguntando estas cuestiones.

- ¿Puedes confirmar la identidad y contactar a esa persona?
- ¿Estás familiarizado con ese perfil? ¿Su contenido y su relato ha sido fiable en el pasado?
- Comprueba el historial de la persona que ha subido el contenido a la red social:
- ¿Es muy activa esa cuenta? ¿De qué suelen hablar o qué suelen publicar o compartir?
- ¿Qué información biográfica ofrece en el perfil? ¿Enlaza a otros sitios web?
- ¿Qué tipo de contenido ha subido anteriormente?
- ¿Dónde vive el usuario, a juzgar por el historial de su cuenta?
- Comprueba quiénes están conectados en las redes sociales:
- ¿Quiénes son sus amigos y seguidores?
- ¿A quiénes están siguiendo?
- ¿Cómo interaccionan con sus amigos y seguidores?
- ¿Están incluidos en listas de otras personas?
- Trata de encontrar otras cuentas asociadas con el mismo nombre o usuario en otras redes sociales para encontrar más información:
- Si encuentras un nombre real, utiliza buscadores de personas (Spokeo, White Pages, Pipl.com, WebMii) para encontrar la dirección, el correo electrónico y el teléfono de la persona.

- Comprueba otras redes sociales como LinkedIn, para averiguar más de la vida profesional de la persona.
- Comprueba si la cuenta de Twitter o Facebook verificada está realmente verificada pasando por encima de la marca azul el ratón. Si la cuenta ha sido verificada por Twitter o Facebook, debe aparecer en la pantalla la frase “Verified Account” o “Verified Page.”

Cuando trates con imágenes o vídeos, es necesario adoptar la perspectiva del que captura las imágenes. (Estas preguntas también funcionan cuando tratas de verificar información textual). Plantea estas preguntas sobre la fuente para comprobar su credibilidad:

- ¿Quiénes son?
- ¿Dónde están?
- ¿Cuándo llegaron allí?
- ¿Qué podrían estar viendo (y qué es lo que muestra la foto o el video)?
- ¿Dónde están de pie?
- ¿Por qué están allí?

Relaciona su actividad con otras de sus perfiles sociales que mantienen, preguntándote estas preguntas:

- Busca en Twitter o en Facebook el código único del video ¿son perfiles afiliados?
- ¿Hay otras cuentas, en Google Plus, un blog o un sitio web, asociadas al perfil del video o asociados a la persona que subió el video?
- ¿Qué información ofrecen las cuentas asociadas que indiquen una localización reciente, una actividad, fiabilidad, un sesgo o una estrategia preestablecida?
- ¿Cuánto tiempo llevan activos los perfiles? ¿Son muy activos? (Cuanto más tiempo y más activos sean, más fiables probablemente sean).
- ¿Quiénes son los perfiles de redes sociales contactados y qué nos dice esto de la persona que subió el contenido?
- ¿Podemos encontrar la información del whois por el dominio de algún sitio web relacionado?
- ¿Está la persona incluida en directorios locales de teléfonos como Spokeo, Pipl.com, WebMii o en LinkedIn?
- ¿Sus círculos sociales en línea indican que tengan relación con la historia o con la ubicación?

Contenido

Fecha

Comprueba la fecha y hora aproximada, particularmente cuando tratamos con fotos y videos:

- Consulta la información meteorológica del día y de esa localización donde el evento

tuvo lugar. ¿Las condiciones meteorológicas son las mismas que las previsiones locales y lo que muestran otros contenidos subidos sobre el mismo evento? Utiliza Wolfram Alpha para consultar el tiempo que hizo en ese día (por ejemplo., “Cuál fue el tiempo en Londres, Inglaterra, el día 20 de enero de 2014?”).

- Busca fuentes informativas para dar con noticias del mismo día del evento.
- Utilizando la búsqueda de video e imagen (YouTube, Google, TinEye, etc.), mira si otras piezas de contenido del mismo evento son anteriores a tu ejemplo. (Ten en cuenta que Youtube marca los contenidos con la hora estándar del Pacífico cuando el contenido ha sido subido)
- Para imágenes y video, mira (y escucha) cualquier elemento que pueda identificar la fecha, la hora, como por ejemplo relojes, pantallas de televisión, páginas de periódicos, etc.

Ubicación

Otro aspecto crucial de la verificación es identificar la localización del contenido:

- ¿El contenido contiene información automática sobre geolocalización? (Servicios como Flickr, Picasa y Twitter ofrecen la opción de incluir la localización, aunque no es infalible.
- Encuentra puntos de referencia para comparar con las imágenes de satélite o fotografías geolocalizadas, como por ejemplo:
 - Signos o letreros en edificios, carteles en las calles, matrículas de coches, o vallas publicitarias, etc. Utiliza Google Translate o free.orc.com para traducciones online.
 - Paisaje urbano o natural distintivo como montañas, filas de árboles, acantilados, ríos... etc
 - Monumentos y edificios como iglesias, minaretes, estadios, puentes, etc.
 - Utiliza Google Street View o la función de "fotos" de Google Maps para comprobar si las fotos geolocalizadas coinciden con la localización de la imagen o el video que tratamos de verificar.
 - Utiliza Google Earth para examinar imágenes o videos más antiguos, ya que proporciona un historial de las imágenes del satélite. Utiliza la vista de terreno de Google Earth.
 - Utiliza Wikimapia, la versión colaborativa de Google Maps, para identificar puntos de referencia.
 - Las condiciones del tiempo como el sol o las sombras para tratar de averiguar aproximadamente el momento del día. Utiliza Wolfram Alpha para buscar información meteorológicas de un día y lugar específico.
 - Matrículas de los coches
 - Ropa, vestimenta

Para videos:

- Examina la lengua en la que se habla en el video. Comprueba si los acentos y los

dialectos concuerdan con la zona geográfica. Ten en cuenta que Google Translate no ofrece traducciones correctas para algunos idiomas. Pide ayuda a aquellos que hablan esa lengua.

- ¿Son las descripciones del video lógicas y mayormente de una misma ubicación?
- ¿Los videos llevan fecha?
- Si los videos en la cuenta utilizan un logotipo, ¿es este logotipo constante en todos los videos? ¿Concuerda con el avatar de YouTube o de Vimeo?
- ¿El usuario que ha subido el video suele tomar videos de medios de comunicación o de otras cuentas de Youtube, o solo sube contenido generado por él?
- ¿El usuario escribe en una jerga o dialecto que sea identificable en la narración del video?
- ¿Los videos de la cuenta tiene una calidad suficiente? (consulta la configuración de calidad en YouTube para determinar la mejor calidad disponible).
- ¿Tienen las descripciones del video extensiones como .AVI o .MP4 en el título del video? Esto puede significar que el video fue subido directamente de un dispositivo.
- ¿En la descripción del video de YouTube puede leerse “Uploaded via YouTube Capture”? Esto puede indicar que el video fue grabado desde un teléfono inteligente.

2. Contrastar y retar a la fuente

Una vez que has pasado por los pasos anteriores debes preguntarte:

- ¿Las imágenes, videos o contenido son coherentes dado el contexto en el que fueron tomadas?
- ¿Hay algo que parezca fuera de lugar?
- ¿Alguno de los detalles o respuestas de la fuente a mis preguntas no concuerda?
- ¿Medios u organizaciones distribuyeron otras imágenes o videos parecidos?
- ¿Hay en la web Snopes.com algún tema relacionado?
- ¿Hay algo que huela mal o que sea demasiado bueno para ser verdad?

Cuando tengas contacto con la fuente, hazle preguntas directas y contrasta las respuestas con la información que conseguiste haciendo tu propia investigación. Asegúrate que las contestaciones coinciden con tus hallazgos.

Para imágenes:

- Cuando le preguntes a tu fuente, demuestra que conoces la ubicación y la fecha del archivo EXIF o de herramientas como Google Street View y Google Maps.
- Pídele que mande imágenes adicionales que fueron grabadas antes y después de la imagen en cuestión.
- Si la imagen es de un lugar peligroso, siempre comprueba si es seguro para la persona hablar contigo.

Para videos:

- Si tienes dudas sobre la edición del video, usa programas de edición como VLC media player (gratis), Avidemux (gratis) or Vegas Pro (de pago) para dividir el video en los frames que lo forman.

3. Obtén permiso del autor o de la fuente para utilizar el contenido

Las leyes de Propiedad intelectual varían de país a país y los términos y las condiciones son diferentes en cada plataforma social. Conseguir permiso para utilizar las imágenes, el video y otro contenido es esencial

Cuando busques la autorización:

1. Sé claro sobre la imagen o video que quieres utilizar.
2. Explica cómo será utilizado.
3. Aclara cómo la persona quiere ser citada como fuente. ¿Quieren aparecer con su nombre real, con su nombre de usuario o prefiere que no se cite su nombre?
4. Considera las consecuencias de usar contenido o nombrar el nombre de una persona. ¿Es necesario difuminar las caras por razones de privacidad o seguridad? ¿El creador o el que subió el video será puesto en peligro si le acreditas públicamente como autor del contenido?

Prepararse para el éxito en la verificación en situaciones de emergencia y en noticias de gran alcance

Algunos consejos para mejorar el proceso de verificación:

1 . Construye y mantén una red estable de fuentes fiables

- Haz una lista de fuentes fiables que incluya tanto oficiales, no oficiales y equipos de emergencias, expertos universitarios, ONGs, gobiernos, etc... Reúne no solo cuentas de redes sociales sino también teléfonos y correos electrónicos en una base de datos o documento compartido.
- Crea listas en Twitter organizadas de forma lógica según los temas o las ubicaciones geográficas. Encuentra las fuentes fiables a través de la búsqueda avanzada de Twitter. También puedes utilizar las listas de intereses de Facebook y los círculos de Google Plus, suscribirte a los canales de Youtube y construir listas de reproducción.
- Nunca trates a aquellos que se acercan a ti como simplemente fuentes. Trátalos como personas y relaciónate con ellos. Son tus colegas.
- En la multitud hay fuentes fiables que han desarrollado, ya sea de forma profesional como no profesional, unos conocimientos en una área determinada. Son también fuentes para una zona geográfica concreta.
- Construir confianza relacionándote en las redes sociales y conociendo gente en persona. Pídeles que te recomienden o que te ayuden a verificar fuentes. Interaccionando con ellos, aprenderás sus puntos fuertes, sus debilidades, sus sesgos y otros factores.

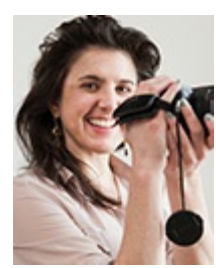
2 . Identifica qué rol va a jugar tu organización en diferentes escenarios de desastres

- Identifica vuestro rol comunicativo en situaciones de emergencia.
- Determina cómo deberías comunicar eficazmente cuando una emergencia ocurra.
- Piensa con quién quieres ponerte en contacto, cuál es la información útil para un grupo determinado de personas que deberías ofrecer y qué tipo de lenguaje debería ser utilizado para darles consejo.
- Organiza tu comunicación interna tanto como organizas tu comunicación externa.

3 . Prepara, reúne y apoya a tu equipo y a otros colegas

- Establece el conjunto de herramientas, el flujo de trabajo, permisos y procedimientos a utilizar en caso de situaciones de emergencia.
- Proporciona formación situacional y de escenarios, especialmente para aquellos que viven en áreas donde ciertos tipos de desastres es probable que sucedan.
- Da al personal la posibilidad de participar en los programas de formación que ofrecen los servicios de emergencia.
- Prepara guiones o mensajes que serán utilizado en caso de determinados casos de emergencia.
- Planea comprobaciones regulares con las fuentes claves para asegurarte que la información de contacto está actualizada.
- Reúne al personal después de un desastre y ajusta tus planes de emergencia y de formación a lo que haya sido aprendido de la experiencia.
- No hay que subestimar el estrés y los traumas que nacen de las coberturas informativas. Proporciona apoyo cuando sea necesario.

Recuadro 9.1: Evaluando y minimizando riesgos al usar contenidos generados por usuarios



Como la curadora del canal de derechos humanos en WITNESS, **Madeleine Bair** lidera un equipo que consigue, verifica y contextualiza videos de abusos contra los derechos humanos alrededor del mundo proporcionados por ciudadanos. Previo a eso, ella viajó por el mundo por casi una década como reportera de medios impresos, radio y multimedia. Sus historias han aparecido en The Washington Post, San Francisco Chronicle y Orion, y han sido transmitidas en los programas “The World” y “POV” de PRI.

Las fotos y videos que emanan de aquellas áreas del mundo plagadas con represión y violencia política, o que documenten la existencia de poblaciones vulnerables, vienen con un riesgo que va más allá de la posibilidad de que el contenido haya sido forjado o manipulado. En dichas situaciones, los individuos detrás y al frente de la cámara podrían enfrentarse al riesgo de arrestos, hostigamiento, tortura o muerte. Ese peligro puede aumentar si los medios internacionales recogen las filmaciones.

Esto lo vimos durante la Revolución Verde de Irán en el 2009, cuando la [Guardia Islámica Revolucionaria](#) usó fotos e instantáneas de videos que encontraron en línea para enfocarse en los manifestantes y pedir colaboración del público para identificar a los mismos, acciones que alarmaron a la comunidad de activistas.

La exposición de la identidad [pone a los individuos en riesgo de retribución por parte de autoridades represivas](#), y puede conllevar a un estigma social también, con sus propias consecuencias potencialmente severas. Así como las organizaciones de noticias se adhieren a estándares para proteger la privacidad de las víctimas de violación, los periodistas deberían considerar estos mismos estándares al usar video que exponga a personas vulnerables, particularmente si el mismo pareciera haber sido tomado sin su consentimiento expreso.

Por ejemplo, en el 2013 medios en línea y organizaciones de defensoría de los EE.UU. reportaron sobre un alarmante patrón de abusos que se enfocaba en jóvenes LGBT de Rusia. Muchos de los artículos incluían fotos y videos tomados por los autores materiales abusando de sus víctimas, una exposición que [podría perpetuar el daño y estigma](#) para esas víctimas.

Ni los periodistas ni otras personas deberían censurar los videos tomados por activistas que conscientemente asumen riesgos para elevar su voz de protesta o documentar sus comunidades. Pero sí deberían tomar pasos básicos para identificar y minimizar el daño a aquellos que podrían estar en desconocimiento de los riesgos, o que carecen de la capacidad para dar consentimiento expreso a las grabaciones. En el caso de los videos de abusos en Rusia, está claro que las víctimas no dieron consentimiento para ser parte de tales filmaciones.

Evalúe el potencia de daños futuros

Primero, Ud. debe evaluar si una imagen o video pudiese causar daño a los involucrados. ¿Se encuentran éstos en una parte peligrosa del mundo? ¿Se arriesgan a represalias por compartir esta información, o por ser mostrados? ¿Puede Ud. asumir con seguridad que las personas mostradas en la imagen/video consintieron a ser filmadas?

De haber un riesgo real de daño, Ud. tiene dos opciones:

1. No usar la imagen/filmación. Sólo porque exista no significa que necesite ser compartida/transmitida/publicada. Podemos reportarla de otras maneras y usarla como información para nuestro trabajo.
2. Emborrone las identidades. Las salas de noticias de las televisoras a menudo difuminan los rostros de individuos vulnerables cuando transmiten sus imágenes. Las fotografías pueden ser fácilmente editadas para emborronar rostros. Para videos en línea, Ud. puede re-subir el video a YouTube y usar su función de difuminado de rostros. [Explicada aquí](#), la herramienta fue creada para proteger la identidad de sujetos vulnerables en los videos, y se puede encontrar como una “Característica adicional” al hacer clic sobre la herramienta de Mejoras de Video para editar los mismos.

Un credo abarcado por los códigos estándar de ética para periodistas, socorristas y trabajadores de los derechos humanos es el de minimizar los daños. Tomarse el tiempo de evaluar y minimizar los daños a individuos al usar medios provistos por los ciudadanos es una manera de poner dicho credo en práctica en el periodismo del siglo XXI.

Recuadro 9.2: Recomendaciones para lidiar con imágenes traumáticas



Gavin Rees, periodista y cineasta, es el director del [Centro Dart Europa](#). El Centro Dart es un proyecto de la Facultad de Periodismo de la Universidad de Columbia en Nueva York, dedicado a promover enfoques éticos e innovadores en el cubrimiento periodístico del trauma y la violencia. Previo a eso, Gavin fue productor de noticias financieras y políticas para canales de noticias norteamericanos, británicos y japoneses, y ha trabajado en filmes de drama y documentales para la BBC, Channel 4 y compañías cinematográficas independientes. Gavin es también un investigador residente en la Universidad de Bournemouth y miembro de la junta directiva de la Sociedad Europea de Estudios de Estrés Traumático así como de la Sociedad de Traumas Psicológicos del Reino Unido.

Las imágenes provenientes de zonas en guerra, escenas de crímenes y desastres naturales suelen ser fuertes y angustiantes. Cuando las imágenes son traumáticas, se puede sentir como si esos eventos distantes se nos filtraran dentro de nuestro espacio mental personal. Ciertas reacciones negativas, tales como la repulsión, la ansiedad y el desamparo, no son inusuales para los periodistas y analistas forenses que trabajan con dicho material.

Nosotros sabemos, por investigaciones, que los trabajadores de los medios son un grupo altamente resistente: la exposición a cantidades limitadas de imágenes traumáticas no es probable que cause más que una angustia pasajera en la mayoría de los casos. Sin embargo, los peligros de lo que los psicólogos llaman traumatización secundaria o indirecta se vuelven significativos en situaciones en donde la exposición es repetida, el así llamado efecto de goteo lento. Lo mismo es cierto cuando hay una conexión personal con los eventos: si, por ejemplo, involucra lesiones de alguien que se conoce.

A continuación seis cosas prácticas que los trabajadores de medios y humanitarios pueden hacer para reducir la carga traumática:

1. **Comprenda eso con lo que está tratando.** La primera línea de cualquier defensa es conocer al enemigo: Piense en las imágenes traumáticas como algo similar a la radiación, una sustancia tóxica que tiene un efecto que depende de la dosis. Los periodistas y trabajadores humanitarios, así como los trabajadores nucleares, tienen un trabajo que hacer; al mismo tiempo, deberían tomar medidas sensatas para minimizar la exposición innecesaria.
2. **Elimine la exposición repetida e innecesaria.** Revise sus procedimientos de clasificación y etiquetado, y cómo organiza sus archivos y carpetas digitales, entre otros procedimientos, para reducir las visualizaciones innecesarias. Al verificar filmaciones mediante referencia cruzada de imágenes provenientes de diferentes fuentes, tomar notas escritas de características distintivas podría ayudar a minimizar cuán a menudo se necesita volver a revisar las imágenes originales.
3. **Trate de ajustar el entorno de visualización.** Reducir el tamaño de la ventana y ajustar el brillo y resolución de la pantalla puede ayudar a reducir el impacto percibido.

E intente apagar el sonido cuando pueda, es a menudo la parte que más afecta.

4. **Experimente con diferentes maneras de interponer distancia entre Ud. y la forma cómo aborda las imágenes.** Algunas personas consideran que concentrarse en ciertos detalles, como por ejemplo la ropa y evitar otros, tales como los rostros, les resulta de ayuda. Considere aplicar un filtro mate/máscara temporal sobre áreas desagradables de la imagen. Los editores de video deberían evitar usar la función de reproducción en bucle al recortar imágenes en el punto de muerte, o al menos usarla muy moderadamente.
5. **Tome frecuentes pausas fuera de la pantalla.** Observe algo placentero, póngase a caminar, haga estiramientos o busque contacto con la naturaleza (áreas verdes, aire fresco, etc.). Todo esto puede ayudar a amortiguar las respuestas de estrés del cuerpo. En particular, evite trabajar con imágenes desagradables justo antes de irse a dormir. Así es más probable que ocupen su espacio mental.
6. **Desarrolle un plan deliberado de cuidado personal.** Podría ser tentador trabajar el doble, el triple o el cuádruple de duro en una historia o proyecto urgentes. Pero es importante preservar intervalos de tranquilidad para uno mismo fuera del trabajo. Es más probable que las personas que son altamente resistentes al trauma se ejerciten regularmente, que mantengan intereses externos en actividades que les guste hacer y que inviertan tiempo en sus conexiones sociales, cuando se enfrentan al estrés relacionado con traumas.

Algunos tips adicionales para editores y otros gerentes:

1. **Todo miembro de un equipo debería ser informado con respecto a las respuestas normales al trauma.** Los miembros del equipo deberían comprender que diferentes personas tienen diferente capacidad de aguante, cómo se puede acumular el impacto con el tiempo y cómo reconocer cuando ellos o sus colegas necesitan practicar un cuidado personal más activo.
2. **Tenga lineamientos claros acerca de cómo se almacena y distribuye el material gráfico.** Las fuentes, archivos y comunicaciones internas relacionadas con imágenes traumáticas deberían ser claramente señalizadas y distribuidas solamente a aquellas personas que necesitan el material. Nadie debería ser forzado a ver imágenes de video que nunca serán transmitidas.
3. **El ambiente importa.** De ser posible, los sitios de trabajo que traten con imágenes violentas deberían tener ventanas con vista al exterior; incluir plantas y otros elementos naturales puede ayudar también.

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 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 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 5.000 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 vídeos. 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](https://snopes.com): un sitio dedicado a desmentir información en internet, que también puede ser utilizado para verificar contenido subido por usuarios.
- [Verily platform](https://www.verily.com): permite a los usuarios realizar preguntas y provee contenido generado por usuarios a favor y en contra.
- [YouTube Face Blur](https://www.youtube.com/yt/feature/#faceblur): Desarrollado por el problema del anonimato de los individuos que aparecen en vídeos en situaciones de riesgo, esta herramienta permite a los usuarios difuminar los rostros que aparecen en vídeos que estos suben. Para utilizarlo, una vez subes un vídeo 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.

Apéndice: “VISUALIZANDO JUSTICIA: Una Guía de Campo para Mejorar el Valor Evidencial del Vídeo para los Derechos Humanos”

Como hemos visto de los casos de estudio y las historias en esta invaluable guía, contenido generado por usuarios puede ser instrumental en llamar la atención sobre violaciones a los derechos humanos, si es verificable. Pero muchos camarógrafos y activistas quieren que sus videos hagan más. Ellos tienen la expectativa que sus vídeos exponiendo abusos puede ayudar en conseguir justicia. Desafortunadamente, la calidad de los vídeos de ciudadanos y otro contenido raramente pasa la alta barrera que se requiere para funcionar como evidencia en una corte de justicia.

Con pequeñas mejoras, los vídeos de ciudadanos y activistas que suelen arriesgar sus vidas para capturarlos pueden hacer más que exponer injusticias - también puede servir como evidencia en procesos civiles y criminales de justicia. La siguiente guía de campo gratuita, “Visualizando Justicia: Una Guía de Campo para Mejorar el Valor Evidencial del Vídeo para los Derechos Humanos,” está pensado para servir como un manual de referencia a ciudadanos testigos y activistas de derechos humanos buscando usar vídeos no sólo para documentar abusos sino también para la ambiciosa meta de llevar los perpetradores de estos abusos a la justicia.

¿Por qué una guía de campo?

Como manipular imágenes es simple y es fácil proveer contextos falsos, ya no es suficiente simplemente filmar y compartir para exponer injusticias. Activistas produciendo evidencia gráfica que esperan sea usada no sólo por periodistas sino también por investigadores y tribunales de justicia deben considerar las preguntas fundamentales elevadas en la "Guía de Campo": ¿puede ser verificado este vídeo? ¿Está claro donde y cuando fue filmado? ¿Ha sido alterado o editado? Ellos también deben considerar otras preguntas más pertinentes al sistema de justicia: ¿Es la evidencia relevante para un crimen de derechos humanos? ¿Puede la procedencia ser probada? ¿Puede su ayuda en asegurar justicia sobrepasar su potencial para disminuir justicia?

¿Para quién es?

La audiencia principal de esta guía es gente trabajando en el campo que filma o potencialmente filmará violaciones de derechos humanos. Estas personas podrían ser periodistas ciudadanos, activistas, reporteros comunitarios o investigadores de derechos humanos. Algunos podrían estar filmando ya este tipo de violaciones en su trabajo y podría usar esta guía para mejorar el valor como evidencia de los vídeos que crean. Otros podrían estar investigando violaciones de derechos humanos de la forma tradicional pero quieren incorporar vídeos en su reporte de derechos humanos de tal forma que puedan mejorar su colección de evidencias.

La guía comprensiva “Visualiza Justicia,” producida por WITNESS junto con colegas defensores de derechos humanos cubrirá:

- Rol de los vídeos en el proceso de justicia criminal
- Técnicas para capturar vídeo con valor agregado para ser evidencia
- Cómo priorizar qué contenido capturar
- Manejo de los medios para preservar la cadena de custodia
- Casos de estudios ilustrando cómo vídeos han sido usado en situaciones judiciales

Periodismo y justicia

Si bien esta “Guía de Verificación” provee formas innovadoras para periodistas y personas que responden ante crisis para analizar vídeos de ciudadanos, la guía de WITNESS “Guía de Campo para aumentar el Valor como Evidencia del Vídeo para Derechos Humanos” va a cubrir el mismo tema desde el otro lado de la moneda, proveyendo métodos para camarógrafos de tal forma que lo que capturan en vídeos sea tan valioso como sea posible en exponer abusos y llevarlos a la justicia. De forma colectiva, estos dos recursos ayudan a asegurar que más cámaras en más manos pueden llevar a mejor periodismo y más justicia.

Para más información

Para mantenerse al tanto de las actualizaciones de la guía, guarde en sus favoritos el sitio web de WITNESS www.witness.org