

MANUAL DE CHECAGEM



2024

SUMÁRIO

- ♦ **Código de Ética** **03**

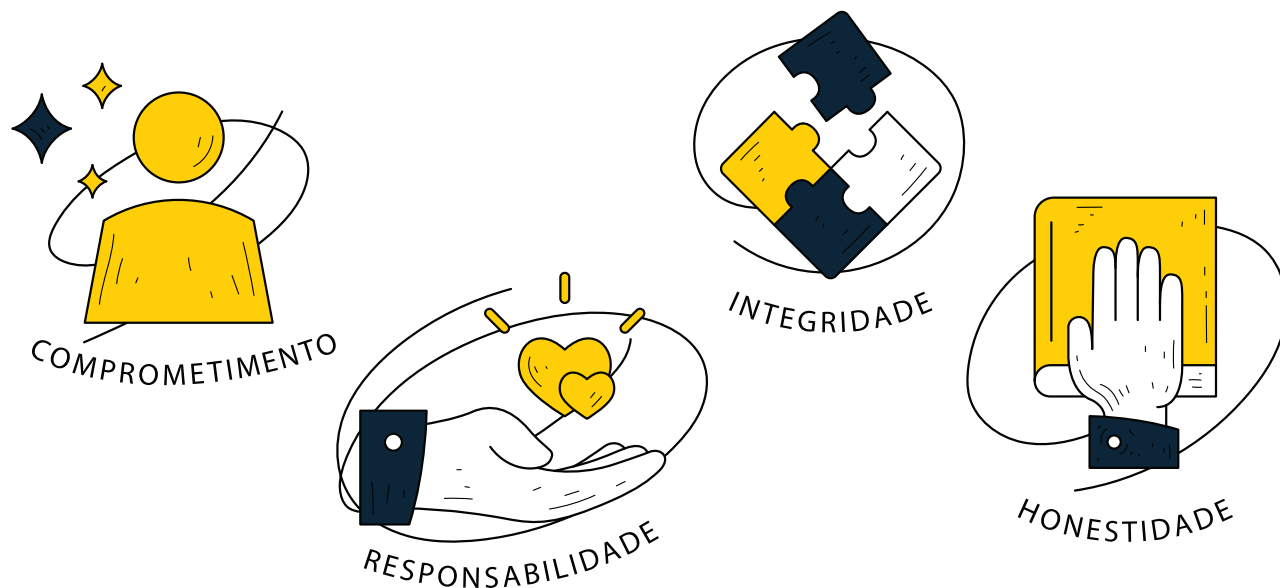
- ♦ **Monitoramento** **05**
 - a) Monitoramento Interno
 - i) O que é monitoramento?
 - ii) Quais são os atores?
 - iii) Quais foram as estratégias adotadas para acompanhar a informação?
 - iv) Quais são as plataformas?
 - b) Monitoramento Externo
 - i) Recebimento de sugestões

- ♦ **Seleção** **09**
 - a) Como determinar prioridades?
 - b) Selecionando o discurso ou notícia
 - c) Quais os caminhos investigativos?

- ♦ **Checagem** **13**
 - a) O que é Review Log?
 - b) Explorando bancos de dados
 - c) Tipos de fontes
 - d) Verificação de imagens e vídeos
 - e) Trabalhando com buscadores

- ♦ **Pós-Checagem** **21**
 - a) Etiquetagem
 - b) Cross-checking
 - c) Como publicar o resultado?

Código de Ética



O Código de Conduta do Movimento **aletheiafact.org** estabelece princípios irrevogáveis para todos os envolvidos, visando combater notícias falsas e promover a educomunicação, devendo ser seguidos de forma indiscriminada a todos os usuários, editores, revisores, redatores e colaboradores. Para manter a conduta ética, o portal elege como prioridade a credibilidade (transparência total), a acessibilidade (fácil acesso) e a autonomia (educomunicação e liberdade de verificação).

Todos os princípios discriminados pela aletheiafact.org se mostram relevantes para o movimento de checagem de fatos e coerentes com o manual de ética para fact-checking proposto pela Poynter. A organização listou cinco princípios básicos que devem ser adotados para seguir um rigor profissional e coeso.

O primeiro deles é o comprometimento com a não-partidarização e justiça. Também citado no Código de Conduta do Movimento aletheiafact.org, o apatidarismo deve ser seguido para manter o mesmo padrão para toda checagem, independente do indivíduo, do partido político e de sua ideologia. O processo de checagem deve ocorrer sem juízo de valores, de modo apenas a informar e não opinar ou enviesar a pauta.

O código de princípios da Poynter também discorre sobre a transparência na metodologia escolhida para a checagem. O manual aponta que a clareza sobre o método deve estar presente, desde a escrita até a publicação. Na aletheiafact.org, após a comprovação da relevância do assunto, o revisor deverá fazer um levantamento fundamentado do máximo de informações possíveis, de fontes confiáveis, sobre o assunto, com buscas em bancos de dados públicos, recomendando-se sempre o uso da Lei de Acesso à Informação para obter precisão na checagem. Assim, o discurso será rotulado como **Não é fato; Confiável; Confiável, mas; Discutível; Enganoso; Falso; Insustentável; Exagerado ou Inverificável.**



Dentre os outros três valores elencados pela Poynter, que também devem ser seguidos pelos checadores da aletheiafact.org incluem-se o comprometimento com a transparência de fontes, com a transparência de financiamento da agência e da organização e com correções abertas e honestas sobre as publicações.

Monitoramento



Para que haja a checagem de dados, devemos inicialmente ter o dado a ser checado. Nem sempre o assunto a ser checado será de interesse dos checadores, já que funcionamos como uma organização de cunho social e democrático - dessa forma, podemos receber notícias por meio interno, no qual o chegador de dados também é a pessoa responsável pela seleção do assunto, ou meio externo, no qual sugestões do público dirigem o que será pesquisado.

Ambos possuem formas e regras a serem seguidas, principalmente em relação às plataformas, autores e estratégias que serão utilizadas durante esse processo. A aletheiafact.org possui protótipos de formatos que o público do site e Instagram podem interagir e/ou sugerir formas e conteúdos de checagem.

A) Monitoramento Interno

i) O que é monitoramento?

O monitoramento é um processo de acompanhamento sistemático e contínuo de determinadas atividades, eventos, sistemas, ou informações para coletar dados e informações relevantes, avaliar o desempenho, identificar mudanças, tomar decisões informadas e garantir veracidade das notícias divulgadas. A prática fornece informações em tempo real ou periódicas que indicam a transparência dos fatos distribuídos por meios de comunicação. A atividade envolve a coleta de novas informações relevantes para os tópicos, fontes e conversas que estejam em alta e se enquadrem nos critérios de noticiabilidade para serem acompanhados a fim de apurar sua fidedignidade. Para isso, um método organizacional para arranjar as informações é útil para auxiliar o agente responsável por seguir com a monitoria.

ii) Quais são os atores?

Quando se fala de checagem de fatos, os atores envolvidos na situação correspondem a pessoas, segmentos da sociedade, empresas e instituições que possam ser ou produtores ou alvo de conteúdos enganosos. Esses indivíduos desempenham papéis diferentes nas redes de comunicação digital e podem ser impactados de maneiras diversas.

Ao considerar o meio da desinformação, os atores também estão cercados por pessoas que acompanham seu papel desenvolvido publicamente. Numa eleição, por exemplo, entre os atores estarão: candidatos, seus assessores, amigos, familiares e empresas ou instituições ligadas a eles; autoridades; influenciadores; partidos políticos; órgãos públicos; empresas; e organizações da sociedade civil que estejam relacionados com o pleito.

iii) Quais foram as estratégias adotadas para acompanhar a informação?

Para traçar um método eficaz para acompanhar a informação é necessário realizar constantemente o monitoramento dos assuntos que mais promoveram discussão nos últimos tempos. Por meio do desempenho dessa atividade, é possível adotar estratégias e utilizar de ferramentas que direcionam para o caminho da notícia. Algumas delas são:

- **Palavras-chave:** Inicialmente, são definidas palavras-chave relacionadas ao foco do monitoramento. No exemplo das eleições, isso pode incluir nomes de candidatos, partidos políticos, questões-chave, áreas geográficas, entre outros.

- **Uso de ferramentas de monitoramento:** Ferramentas de monitoramento de mídia e redes sociais, como Google Alerts, TweetDeck, Hootsuite e outras, são usadas para rastrear menções de palavras-chave e tópicos-chave em tempo real.

- **Análise de trending topics:** A atenção nos trending topics, nas tendências emergentes nas redes sociais e nas hashtags, permitem identificar novos tópicos relevantes à medida que novas informações forem surgindo.

- **Monitoramento de fontes confiáveis:** Fontes de notícias confiáveis e influentes são monitoradas regularmente para identificar informações verificadas e tendências.

- **Interação com o público:** A interação com o público por meio de redes sociais, comentários em artigos e outras formas de engajamento ajuda a identificar preocupações e tópicos que podem não estar na agenda inicial de monitoramento.

Após esse rastreamento, as informações devem ser elencadas com grau de prioridade para serem checadas e divulgadas. Essa organização deve seguir as regras de noticiabilidade jornalísticas, que analisam o impacto do assunto, repercussão, gravidade, pessoas envolvidas, entre outros.

iv) Quais são as plataformas?

Definidos foco, atores e temas da informação a ser checada, há elementos suficientes para que se possa definir também quais serão as plataformas que serão monitoradas. No momento da coleta de dados é muito importante manter o nicho proposto para selecionar apenas os dados essenciais para o monitoramento. Nesse caso, os operadores de pesquisa booleanos, isto é, and, or, not, aspas (frase exata) e parênteses (esclarece as cadeias de pesquisa), são um ótimo mecanismo para auxiliar esse processo. A funcionalidade dessa ferramenta do Google permite um filtro inicial acerca dos resultados que serão entregues ao chegador.

Além disso, o Google também dispõe de outras ferramentas capazes de auxiliar o trabalho do checador de fatos, como é o caso do Google Alerts e do Google Trends. Já para a monitoração de conteúdos audiovisuais o Youtube DataViewer é um bom dispositivo, que auxilia na checagem de informações falsas divulgadas em forma de vídeo.

B) Monitoramento Externo

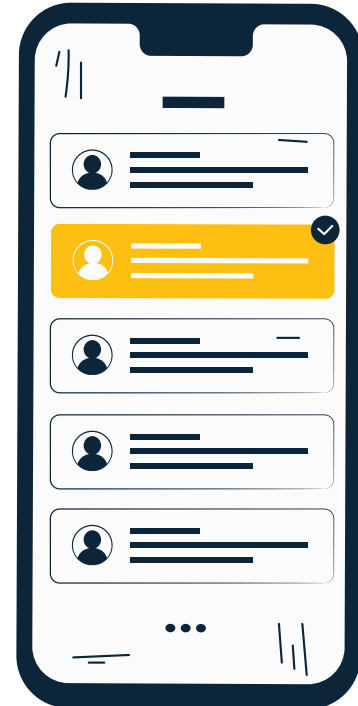
i) Recebimento de sugestões

Uma das possíveis estratégias de monitoramento externo é o preenchimento de um formulário do Google, disponível no site e nas redes sociais da aletheiafact.org. - <https://aletheiafact.org/> - onde as pessoas ao clicarem seriam direcionados para a página em que o formulário estaria disponível para o preenchimento e envio. Todas as informações coletadas são organizadas e servem como base para monitoramento e futuras checagens. O monitoramento externo é importante para saber quais veículos de comunicação o nosso público consome e quais os principais assuntos que interessam a eles.

No formulário, devem ser informados, de forma obrigatória, o nome e o link da notícia ou conteúdo a ser checado. E para a notícia ser escolhida, passará pelos parâmetros do movimento, que priorizam personalidades conhecidas, pois a sua repercussão tem maior peso na sociedade.

Seleção

Nem todas notícias e sugestões enviadas pelo monitoramento externo conseguirão ser apuradas, seja porque notícias de maior impacto social chegaram e precisam ser verificadas ou porque o meio de verificação para tal assunto seja de difícil acesso. Mas como são determinadas as prioridades dos assuntos que são transmitidos? Existem parâmetros de seleção? Como partir do monitoramento para a seleção? Isso tudo será discutido neste segundo capítulo, voltado exclusivamente para o meio seletivo dos fatos apurados.



A) Como determinar prioridades?

Somos expostos a uma infinidade de notícias, fatos e informações diferentes de forma diária; essa enxurrada de informações faz com que dados e discursos que consideramos importantes acabem se perdendo ou se transformando difícil de se acompanhar. Por isso, antes de conseguirmos fazer a seleção do que queremos analisar, é de extrema importância que tenhamos seguido o passo 1, referente ao monitoramento de assuntos/temas que teremos interesse em acompanhar, dessa forma, saberemos se eles estão aptos a serem selecionados para a checagem de fatos.

Segundo Leda Gitahy, em entrevista para o site de notícias da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), estamos inseridos atualmente em um ecossistema de desinformação. Isso foi ficando mais claro com o avanço das notícias falsas durante a pandemia - desde remédios milagrosos como a ivermectina até os mitos e pânico criados ao redor das vacinas. Esse ecossistema, segundo a pesquisadora, não é feito de forma esporádica; pelo contrário, ele é elaborado de forma estratégica e com uma base bem estruturada, que facilita a divulgação de forma rápida e fácil.

As tramas políticas ou de interesses econômicos são as engrenagens que giram esse ecossistema de desinformação no qual estamos alocados; isso só piora quando estamos em um mundo globalizado, onde a notícia corre como água e o tempo parece ser diferente do que ele realmente é - a rapidez do mundo faz com que ler notícias por inteiro ou pesquisar mais afundo questões quantitativas sejam coisas banais e desnecessárias, já que é mais fácil confiar na prévia da notícia ou apenas no título apresentado.

Narrativas de desinformação são um meio que acaba atrasando e/ou atrapalhando as pessoas responsáveis pela checagem de dados. Ela se dá de várias formas, sendo que ela reforça o cuidado que temos que ter com os seguintes aspectos ao analisarmos um fato/notícia:

- **Pouca informação:** quanto menor a informação, mais difícil será para que os checadores cheguem até ela. Normalmente apresentam uma falta de informações base, nas quais poderíamos fazer uma checagem de dados mais profunda.

- **Obstáculos:** um outro meio que podemos encontrar desinformações de forma mais clara, são com as notícias e/ou fatos que apresentam uma visualização mais dificultada de imagens, as quais normalmente apresentam manipulações gráficas, seja por meio de vídeo ou fotos, que reduzem sua qualidade e dificultam sua propagação.

- **Títulos:** como somos uma organização de checagem, principalmente, de discursos devemos nos atentar a como os títulos são articulados. Temos o objetivo de confirmar informações - com a negação ou a aprovação se aquilo é verdadeiro e/ou confiável, ou se trata de assuntos enganosos ou até mesmo mentirosos. Os títulos possuem uma grande parte nesse processo, já que são o que a maioria das pessoas prestam mais atenção, sendo um dos enfoques principais para possíveis reforços de notícias falsas ou enganosas.

B) Selecionando o discurso ou notícia

Após analisarmos esses aspectos iniciais do fato ou discurso, temos que nos atentar a outros pontos importantes que podem nos ajudar na hora de selecionar o que iremos checar. Tentando, assim, conseguir criar uma ordem prioritária de assuntos que podem e/ou devem ser cobertos.

Os pesquisadores de comunicação, Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge, apresentaram em suas pesquisas sobre noticiabilidade e valor-notícia alguns parâmetros que podemos seguir quando analisamos a ordem de importância de fatos, notícias ou discursos; sendo eles:

- **Frequência:** referente a duração do acontecimento, quantas vezes ele aparece na mídia;
- **Amplitude:** voltado para a amplitude do assunto, sendo que quanto maior a amplitude, mais provável será a audição;
- **Significância:** se é relevante e qual é sua proximidade cultural com quem consome o fato ou discurso;
- **Consonância:** um fato novo que, no entanto, apresenta uma narrativa antiga;
- **Imprevisibilidade:** algo que foi inesperado, raro, não acontece tão frequentemente;
- **Continuidade:** parecido com um suite, voltado para a continuidade de notícias, fatos e discursos que já foram dados anteriormente;
- **Composição:** uma apresentação equilibrada do fato;
- **Referência a nações de elite:** voltado a questões de importância social;

- **Referência a pessoas de elite:** pessoas que possuem uma importância social alta, ex: Presidente da República

- **Referência a pessoas:** referência a pessoas que tem marco na mídia, ex: Cantores, apresentadores, etc.;

- **Referência a algo negativo:** assuntos dominantes, inesperados, que satisfazem o critério de frequência já aplicado anteriormente.

C) Quais os caminhos investigativos?

Após passarmos por todos esses passos, estamos chegando no final da pré-verificação. Para que possamos continuar, devemos entender o fato que será verificado; para isso, é recomendado que se crie perguntas que o verificador responda antes da estruturação do relatório de verificação.

Um roteiro que realmente é eficiente e ajuda o verificador na hora do seu trabalho envolve questões das áreas objetivas, qualitativas e quantitativas.

OBJETIVAS

Ex: Quem? Onde? Quando? Por quê?

QUALITATIVAS

Ex: Conceitos, confirmação do que havia sido dito, etc.

QUANTITATIVAS

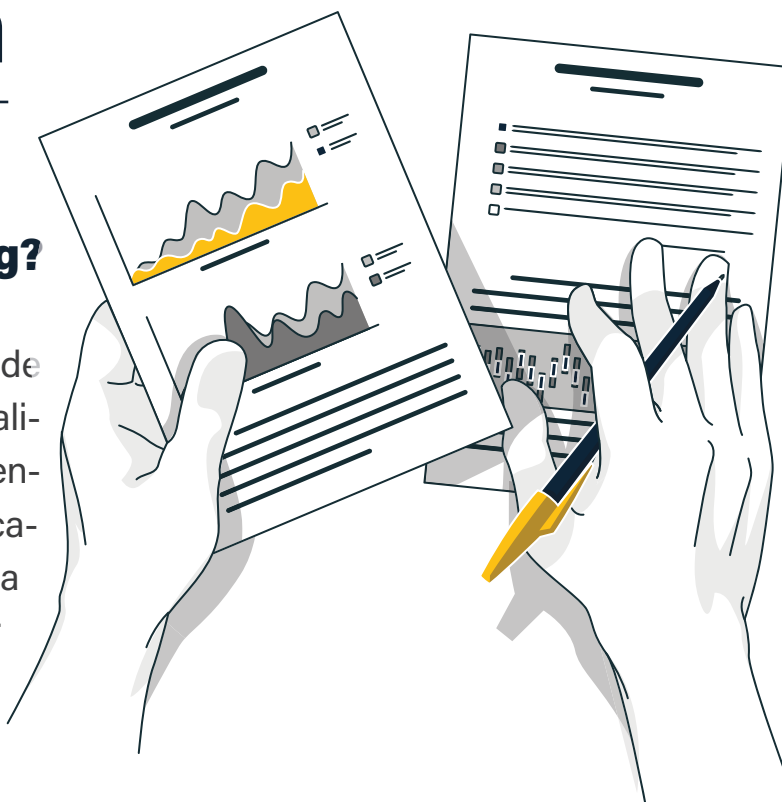
Dados verificáveis, numerações, etc.

Checagem

A) O que é Review Log?

O Review Log é o relatório de verificação do fato que será analisado. Basicamente, é o documento com as informações da checagem: o checador responsável, a data da checagem, o fato a ser investigado, a estratégia e a conclusão dessa checagem, o cross-checking, as fontes

consultadas e as perguntas que serão respondidas. O objetivo do Review é reunir e organizar todas as informações desse processo, mesmo que nem todas sejam publicadas.



Um Review tem três etapas: Pré-checagem, Checagem e Pós-checagem.

1. PRÉ-CHECAGEM

A Pré-checagem apresenta e identifica o conteúdo a ser checado a partir dos tópicos:

☒ **Título.**

Ex: Discurso do Presidente na Assembleia Geral das Nações Unidas.

☒ **Descrição do conteúdo verificado.**

Contextualizar o conteúdo e apresentar um resumo da Conclusão, que faz parte da Pós-checagem.

☒ **Identificação do checador responsável.**

Ex: Stella Gomes.

☑ **Data de checagem e data de consolidação do relatório.**

Ex: 22/09 e 30/09.

☑ **Etiqueta atribuída ao final do processo de checagem.**

Ex: *Confiável*.

☑ **Cross-check.**

Ex: *Pedro Góes*.

☑ **As perguntas norteadoras da checagem.**

É o que o checador deve responder. Ex: Os dados apresentados pelo Presidente, em seu discurso, estão corretos? Onde estão esses dados?

ATENÇÃO: Quanto mais informações forem apresentadas, mais fácil será comprovar alguma informação divulgada ao público, caso seja necessário. Padronizar o Review Log otimiza o processo de checagem e estruturação do relatório.

2. CHECAGEM

Nessa etapa, o checador identifica quais as melhores fontes, bases de dados e estratégias para realizar a checagem. Existem 4 tipos de fontes, que estão descritas no tópico “Tipos de Fontes”. A Checagem é dividida em três partes:

☑ **Relatório de verificação.**

Descrição do processo de checagem e como o checador chegou à conclusão apresentada.

☑ **Metodologia de checagem.**

Apresenta a estratégia da checagem. Ex: Consultar uma base de dados; ler um relatório, entrevistar um especialista.

☑ **Apresentação das fontes.**

Ex: (links) Portal da Transparência, relatório “O Estado da Segurança Alimentar e Nutrição no Mundo”, entrevista com o Prof. da Faculdade de Medicina.

Note que, no processo de elaboração de um *Review Log*, as etapas não se organizam de forma cronológica. A apresentação de um resumo da conclusão, na Pré-checagem, só é elaborada no processo de Pós-checagem; o relatório de verificação é escrito enquanto o checador faz a investigação.

Isso acontece porque o *Review Log* precisa ser um documento fácil de consultar, então os resumos da conclusão e a descrição do conteúdo devem ser apresentados logo no início do relatório, para que os demais checadores já saibam do que se trata a checagem.

3. PÓS-CHECAGEM

A última etapa do relatório possui três partes que consolidam a verificação:

a) Conclusão.

b) Cross-check. Quem será o responsável por conferir a checagem feita.

c) Atribuição da etiqueta. Ex: confiável, enganoso, falso.

Por enquanto, o *Review Log* é elaborado em um documento de texto, como Google Docs ou Word, mas ele pode ser feito diretamente na plataforma, que possui campos de preenchimento para essas etapas.

A questão é que, ao fazer diretamente na plataforma, todas essas informações ficarão apenas na plataforma; ao elaborar um documento à parte, todo o processo da checagem fica disponível e sistematizado para quem quiser checar.

Além disso, algumas informações não são publicáveis, por isso o *Review Log* também serve para reunir e registrar o que não é publicável.

B) Explorando bancos de dados

O modo mais convencional de fact-checking é conferir informações quantitativas nos bancos de dados apropriados. Isso envolve a segmentação do banco de dados ideal, a estratégia de busca pela informação, o filtro e o tratamento dos dados.

Existem bases de dados fáceis de usar, com dados bem indexados que facilitam a busca por informações. E existem bases mais confusas, cujos links retornam para páginas já acessadas, dificultando a pesquisa.

Para começar, é bom ter uma compilação de bases de dados, como a da Abraji. (colocar o link da planilha?) Pesquisar em buscadores (Google, DuckDuckGo, Bing) por bases de dados ajuda a nortear a checagem.

Ao pesquisar em uma base de dados, é necessário definir o que está sendo investigado e estabelecer filtros de pesquisa. Por exemplo, quantas pessoas frequentam festivais de música na cidade de São Paulo? Essa investigação é muito ampla, é preciso especificar um período, o festival de música, verificar se não tem distinção entre os tipos de compradores; esses parâmetros são os filtros. Assim, a investigação pode ser: quantas pessoas frequentaram o The Town na cidade de São Paulo em 2023, que compraram ingresso para comparecer no primeiro final de semana do evento.

O exemplo é simples, mas as investigações são mais complicadas se a checagem for sobre gastos públicos, desmatamento, poluição ou violência, porque os filtros, os parâmetros da investigação, terão que ser bem definidos. Para isso, é possível consultar alguma fonte ou especialista no assunto para nortear a investigação.

Muitas vezes, os dados de um banco de dados podem ser baixados como arquivos de texto, PDF e planilhas. Para pesquisar em arquivos de texto, o atalho Ctrl+F pode ajudar a encontrar palavras chaves e números. Já em planilhas, é possível aplicar os filtros presentes no Excel e no Google Planilhas.

Pode ser que a investigação não seja quantitativa, e sim qualitativa. Se esse for o caso, bases de dados numéricos não são uma boa fonte de pesquisa. O checador pode buscar por definições, artigos acadêmicos, documentos oficiais e relatórios publicados. Recorrer a um especialista também pode ajudar, porque o checador precisa ter os conceitos e teorias que está investigando bem definidos, explicados e contextualizados para tirar uma conclusão.

C) Tipos de fontes

O terceiro passo de um review log é selecionar e apresentar as fontes confiáveis no processo de checagem. Quando uma informação não pode ser checada de maneira objetiva e quantitativa - a partir do uso de banco de dados abertos -, é necessário dialogar e buscar novas fontes que podem ser divididas em:

- Teóricas/conceituais (livros e conteúdos oficiais)
- Autoridades no assuntos (entrevistas)
- Acadêmicas (artigos publicado e pesquisas desenvolvidas)
- Documentais (documentos oficiais)

Os jornalistas e os não-jornalistas devem exercer suas habilidades de entrevista e análise documental para tornar o processo de checagem ainda mais efetivo. Caso você esteja no grupo de não-jornalista, procure um profissional dentro da equipe que possa te auxiliar na obtenção das informações necessárias.

É importante lembrar que é necessário que todas as informações coletadas sejam documentadas e colocadas junto ao review log para que quando concluída a checagem, todos possam averiguar as mesmas fontes.

[DICA 1] Na maioria das vezes essas fontes serão usadas para responder as perguntas qualitativas que foram feitas ainda no roteiro de checagem.

[DICA 2] Caso seja preciso alguma comprovação ou identificação profissional para a obtenção de algum material, informação ou documento, comunique aos supervisores.

[DICA 3] Há algumas maneiras de achar com maior facilidade esses tipos de fontes, como nos sites listados abaixo:

- ☑ **Lattes** - ótima forma de encontrar acadêmicos em área específicas
- ☑ **SciELO** - essa plataforma é uma livraria on-line de artigos científicos já publicados
- ☑ **Google Acadêmico** - outra plataforma que dá acesso a diversos tipos de artigos e trabalhos acadêmicos
- ☑ **Periódicos CAPES** - disponibilizado no site do Governo, é outra ótima opção para buscar estudos.

D) Verificação de Imagens e vídeos

É possível verificar, também, imagens e vídeos manipulados, que criam falsos contextos e personagens. A First Draft definiu, no Guia de Verificação de Informação Online, cinco pilares para guiar a checagem de imagens e vídeos:

- 1. Proveniência** - você está vendo um vídeo original?
- 2. Fonte** - quem fez a filmagem?
- 3. Data** - quando esse vídeo foi feito?
- 4. Localização** - onde foi gravado?
- 5. Motivação** - por que esse conteúdo foi capturado?

Os critérios seguem a mesma lógica de um Lead jornalístico: o que, quem, quando, onde e por que. Aqui estão algumas ferramentas úteis para verificação de imagens.

Busca reversa

Google Imagens <https://www.google.com/imghp?hl=pt-pt>

Google Lens <https://lens.google/>

Imgur <https://imgur.com/>

TinEye <https://tineye.com/>

Yandex Images https://yandex.com/images/?utm_source=yandex&utm_medium=com&utm_campaign=morda

EXIF | Metadados

<https://exifdata.com/>

<https://www.verexif.com/>

<https://www.viewexifdata.com/>

Análise forense <https://fotoforensics.com/>

E outras para verificação de vídeos.

In VID Project <https://www.invid-project.eu/>

RevEye Reverse Image Search <https://chrome.google.com/webstore/detail/reveye-reverse-image-sear/keaacclcjehbbapnphnmpiklalfhelgf>

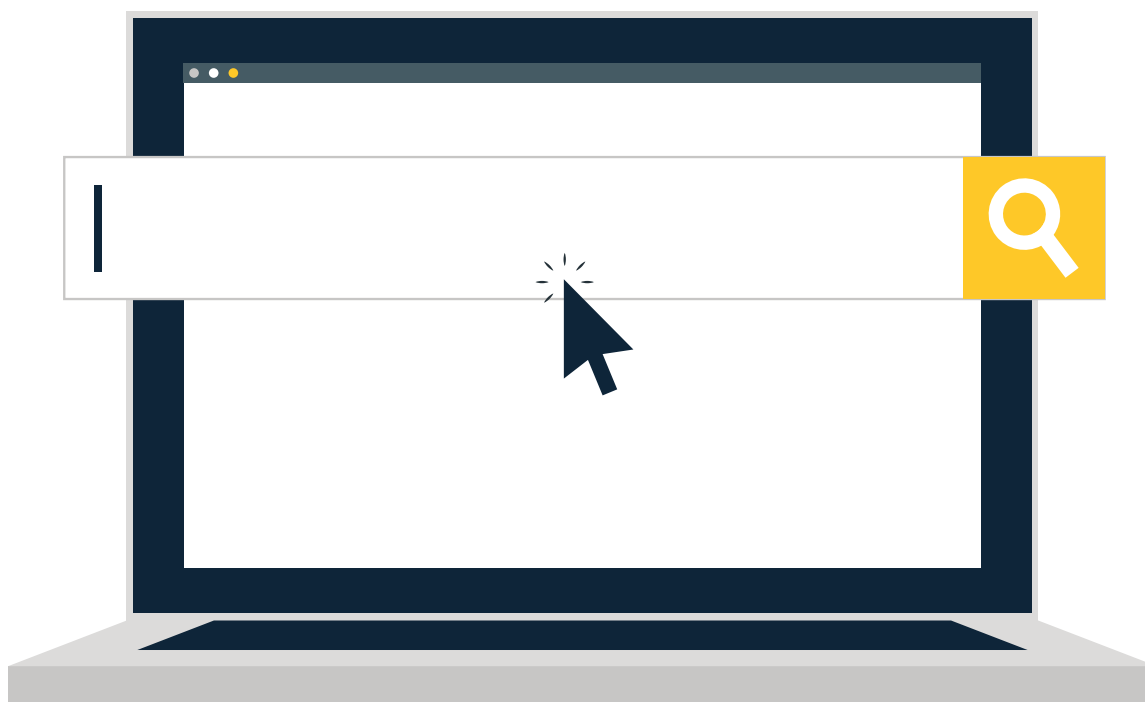
Extract Meta Data <https://citizenevidence.amnestyusa.org/>

E) Trabalhando com buscadores

Buscadores são sites que listam páginas da internet de acordo com palavras-chave, ou seja, Google, Bing, Yahoo, Baidu, etc. Utilizar buscadores ajuda o checador a seguir os pilares de verificação de informações online: originalidade do conteúdo, quem o criou e publicou primeiro, quando, onde e por que foi criado.

Aqui estão alguns dos buscadores mais famosos: Google, Bing, Yahoo, DuckDuckGo — Privacidade simplificada, Yandex e X.

A First Draft possui um Guia Essencial para Coleta de Notícias e Monitoramento na Web Social que explica como usar esses buscadores e quais as melhores estratégias de uso de palavras-chave, como as *ferramentas booleanas*.



Pós-Checagem

Após a conclusão do Review Log, é necessário concluir de vez a checagem e preparar o percurso para a publicação e tornar a finalização obtida disponível e acessível ao público.

O primeiro passo é a seleção da **ETIQUETA** de classificação, definindo a sentença final para todo o processo. Logo após essa definição, é importante realizar o processo de cross-checking, ou dupla checagem. Últimos passos da checagem são:

- ♦ **Etiquetar** o Review Log
- ♦ Realizar o **cross-checking**
- ♦ **Publicar** o resultado

A) Etiquetagem

Cada agência de checagem, veículo ou instituição segue seus próprios modelos de etiquetagem e não é exigido um padrão pelo IFCN (International Fact-Checking Network). Na aletheiafact.org são usadas as seguinte etiquetas:



▪ **Confiável:** as informações e os dados mencionados estão corretos e são incontestáveis



▪ **Falso:** as informações e os dados mencionados não condizem com realidade, ou seja, estão errados;



▪ **Não é fato:** informações subjetivas, opiniões ou juízo de valor - não é uma informação com embasamento teórico;



▪ **Confiável, mas:** as informações e os dados mencionados estão corretos, MAS falta contexto ou um melhor detalhamento, é uma informação jogada que está correta que o autor do discurso não teve um cuidado para citar as fontes;



▪ **Discutível:** os checadores chegaram a opiniões divergentes e não houve um consenso ao final do processo;



▪ **Enganoso:** há manipulação das informações e dados com a intenção de gerar um efeito de verdade para quem lesse, ouvisse ou assistisse.

A informação pode até estar correta, mas é manipulada intencionalmente. Usa de meias-verdades;



▪ **Insustentável:** não há fontes ou banco de dados que comprovem as informações, ou seja, mesmo com o acesso ao banco de dados não é possível achar a informação;



▪ **Exagerado:** há uma distorção - aqui na nossa organização, usamos a partir de 10% das informações ou dados mencionados -, potencializando um argumento de forma favorável ao contexto ou ao ator; Exemplo prático: morreram 100 pessoas e foi dito que foram 110 pessoas.



▪ **Inverificável:** quando não é possível traçar um rastro investigativo da informação, não há registros, banco de dados, informações que sejam possíveis de serem checados.

 João Azevêdo Governador do Estado da Paraíba 0 avaliações de sentenças Veja o perfil	 Mauro Mendes Empresário e político brasileiro, governador do Estado do Mato Grosso 1 avaliações de sentenças Veja o perfil
 Ana Paula Valadão cantora brasileira de música cristã 1 avaliações de sentenças Veja o perfil	 Sâmia Bomfim política brasileira 1 avaliações de sentenças Veja o perfil
 Luciana Genro política brasileira 0 avaliações de sentenças Veja o perfil	 Weliton Fernandes Prado político brasileiro 1 avaliações de sentenças Veja o perfil

[DICA] Para facilitar a compreensão, as etiquetas são divididas em grupos que auxiliam a escolha final para a checagem.

[IMPORTANTE] Após a verificação e classificação, será encaminhado um pedido de posicionamento oficial daquele que foi checado, dando um tempo hábil e ampla oportunidade para se explicar. Caso não envolva atores específicos, o pedido de posicionamento é dispensável.

B) Cross-checking

Após o término da checagem e da etiquetagem, é imprescindível a realização do cross-checking ou a dupla checagem, esse processo é importante para que o produto final seja confiável e transparente ao público.

O que é o cross-checking? É o duplo-processo de revisão, checagem por pares, validação e conclusão em que uma pessoa da equipe tentará chegar nos mesmo resultados. Além disso, é nessa etapa em que é conferido quais foram os veículos que divulgaram a informação checada, confirmando a categorização.

**O PROCESSO DE CROSS-CHECKING ASSEGURA QUE
O MOVIMENTO SE MANTENHA FIEL AOS PRINCÍPIOS DA
TRANSPARÊNCIA, PRECISÃO E IMPARCIALIDADE**

[IMPORTANTE] A segunda etapa da pós-checagem deve, obrigatoriamente, ser feita por outro chegador, que pode ser aleatório ou escolhido pessoalmente pelo checado responsável.

C) Como publicar o resultado?

As etapas finais para a publicação exigem um pouco de conhecimento das redes sociais. Esse processo é basicamente a adaptação do Review Log (relatório de verificação) para a elaboração do texto de publicação, se necessário.

Preparar a pauta para a divulgação nos canais, as legendas, os emojis e todos esses detalhes que as redes sociais exigem em um publicação.

Após realizar o login na página aparecerá a mensagem sobre a principal funcionalidade:



Ao clicar no botão de mais (+) aparecerá duas opções:



A primeira é para adicionar um discurso e a segunda para adicionar uma personalidade que deseja incluir na plataforma, para assim adicionar um discurso. Caso necessário, adicione primeiro a personalidade na página para depois incluir o discurso.

A etapa inicial da checagem para a publicação se baseia inteiramente nessa primeira tela após a atribuição de você ser o revisor.

Título

Insira o título aqui

Conteúdo

Insira conteúdo aqui

Data

Selecione Data

Forneça ao menos um link de uma fonte confiável

Cole uma URL

☐ Eu atesto pessoalmente que toda informação adicionada é confiável.

☐ Não sou um robô

Cancelar

Adicionar

Por favor, não edite ou mude qualquer aspecto do texto original e escolha adicionar discursos completos ao invés de declarações fora de contexto.

Quando esse discurso foi dito ou publicado?

Não aceitamos links de website de notícias, links para artigos acadêmicos, documentos oficiais digitalizados e disponíveis online e postagem de mídias sociais criadas pelas próprias personalidades.

+ [insira outro link](#)

* Essa ferramenta esta apenas disponível para adicionar manualmente declarações e discursos reais criados ou ditos por uma personalidade. Qualquer tentativa de disseminar notícias falsas através dessa plataforma é expressamente proibida e pode resultar em banimento do usuário e possivelmente ação judicial.

Campos obrigatórios

Nessa primeira página será adicionado as informações do discurso, como o título, o que foi dito pela personalidade, qual data e qual o link é capaz de ser acessado. Com o discurso adicionado, você será redirecionado para a página onde colocará a sentença a ser revisada:

Sâmia Bomfim

política brasileira

[Veja o perfil](#)

"(...) São cerca de 2,2 milhões de crianças, de meninas que sim, já estão casadas com adultos."

[veja o texto completo](#)

Declarou em 28/09/2023 em um Discurso oficial

CASAMENTO-INFANTIL x

CRIANÇAS x

ABUSO-DE-VULNERÁVEL x

Adicione tópicos à sentença

Adicionar tópicos

+ Comece uma Revisão

+

Nessa aba você adiciona os tópicos/hashtags que tenham a ver com o assunto, como palavras chaves - que são essenciais para o ranqueamento do google -, por exemplo, e clique em **Comece uma revisão**. A última parte de publicação no site é a inclusão de todo o material que você checkou.

The screenshot shows a web form for reviewing a phrase. At the top, there's a section titled 'Revise essa frase' with a dropdown menu labeled 'Selecione uma classificação'. Below this is a 'Relatório' section containing three text input fields: 'Resumo da conclusão', 'Relatório da verificação', and 'Como verificamos?'. To the right of these fields are icons for help (?), copy, and print. Below the input fields is a note: 'Adicione fontes selecionando o texto desejado'. At the bottom left is a CAPTCHA section with the text 'I'm not a robot' and a 'Campo obrigatório' label. At the bottom right are three buttons: 'Voltar', 'Salvar rascunho', and 'Concluir Relatório'. A circular button with a plus sign is also visible on the right side of the form.

Todas essas informações já foram coletadas e definidas. Por isso, o processo de review log é tão importante para o trabalho do checador, pois quando chegar a hora de publicar fica mais fácil. Feito todas as etapas, conclua o relatório e espere a aprovação ou o retorno para melhorar seu trabalho.

[DICA] Preste bem atenção nos campos que está preenchendo.

[CHECKLIST]

- ☐ MONITORAR NOTÍCIAS E ACHAR UM DISCURSO INTERESSANTE PARA ANÁLISE
- ☐ SELECIONAR POR PARÂMETROS DE IMPORTÂNCIA QUAIS DISCURSOS TÊM MAIOR PESO
- ☐ FAZER PERGUNTAS SOBRE O TEMA PARA QUE SEU REVIEW LOG POSSA SER CONSTRUÍDO
- ☐ BUSCAR BANCOS DE DADOS E/OU FONTES PARA ACHAR INFORMAÇÕES QUALITATIVAS E QUANTITATIVAS
- ☐ ESPERAR PELO PROCESSO DE CROSS-CHECKING QUE OUTRA CHECADOR FARÁ SOBRE SEU MATERIAL

