

Manual de estilo de verificação digital da AFP

2025

Introdução

O seguinte Manual de Estilo apresenta um guia editorial de verificação digital na Agence France-Presse.

Nossa missão é verificar alegações falsas, fraudulentas e enganosas que circulam amplamente com um grande impacto nas notícias ou no discurso público.

Priorizamos verificar afirmações falsas que podem provocar danos.

Devemos manter o equilíbrio. Por exemplo, não devemos focar em um candidato ou site, a menos que se trate de divulgadores constantes de informação potencialmente danosa.

A precisão é primordial, assim como a clareza e a transparência, quando explicamos como realizamos a investigação.

Os erros devem ser corrigidos imediatamente e de forma transparente.

A equipe de verificação digital é responsável por conhecer as regras estabelecidas neste Manual de Estilo, assim como o código de ética da AFP ([Padrões Editoriais da AFP e Boas Práticas](#)) e os [Vinte Princípios sobre Fontes](#).

Somos regidos pelo código de princípios da International Fact-Checking Network ([IFCN](#)) e pelo European Code of Standards for Independent Fact-Checking Organisations ([EFCSN](#)).

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

A

ASSÉDIO

Os verificadores podem ser objeto de assédio na internet ou seus dados pessoais podem ser expostos, por isso é importante tomar as precauções necessárias e revisar nossas diretrizes internas. Informe qualquer incidente à direção da AFP.

O Rory Peck Trust publicou um guia sobre segurança digital que está disponível [aqui](#). Você também pode conferir o [curso online da AFP](#) para saber como agir de forma mais segura na internet e se precaver contra o cyberbullying.

ATRIBUIÇÃO

Todos os fatos citados em um artigo devem ser claramente atribuídos e identificáveis.

C

CAPTURAS DE TELA

As capturas de tela devem mostrar o conteúdo essencial da publicação e não devem ser cortadas de forma que omitam alguma informação importante como a quantidade de compartilhamentos ou interações.

CITAÇÕES/DECLARAÇÕES FALSAS

Devemos verificar dois tipos de declarações:

A/ Declarações factualmente incorretas feitas por figuras públicas.

B/ Declarações atribuídas a figuras públicas que são fabricadas ou que buscam distorcer o que foi dito.

Nos dois casos, a declaração que verificamos deve estar atraindo atenção suficiente na internet e envolver uma personalidade relevante.

No caso **A**:

Deve-se estabelecer o que a pessoa falou no contexto citado, e depois verificar o conteúdo que foi dito.

Apenas devem-se verificar declarações quando for possível acessar a versão original do que foi dito. Por exemplo, uma gravação ou uma transcrição oficial. Uma verificação não pode ser baseada em uma declaração reproduzida em uma reportagem de outro meio de comunicação ou rede social.

No caso **B**:

Essas declarações fabricadas ou distorcidas devem ser suficientemente diferentes das opiniões públicas da pessoa e suficientemente detalhadas para merecer uma verificação.

Se foi distorcida, deve-se encontrar a declaração original e demonstrar como a declaração foi editada ou apresentada de forma enganosa.

Se foi fabricada, deve-se tentar conseguir um desmentido da figura pública envolvida ou de um porta-voz, e realizar uma investigação própria. O que a pessoa estava fazendo no momento e no local da suposta declaração? Há algum registro dessa declaração em meios confiáveis ou em sites oficiais? Devemos evitar frases excessivamente afirmativas, como *“ele/ela nunca disse isso”* e usar frases como *“Não há nenhum registro desta declaração nem em sites oficiais, nem em meios de comunicação, e seu porta-voz a negou”*.

CONTEXTO

O contexto é essencial em uma checagem de fatos e deve aparecer no início do nosso artigo. Deve ser preciso e exato, o que pode exigir a inclusão de um link para uma reportagem da AFP ou outra fonte confiável.

Uma alegação verificada de maneira isolada pode induzir os leitores a erros sobre a realidade de um evento. O contexto é, portanto, vital.

Publicações podem usar uma imagem enganosa ou fora de contexto para ilustrar um evento passado ou em curso.

Por exemplo, uma foto que supostamente mostra danos do bombardeio de um país A em uma cidade de um país B, quando a imagem, na realidade, foi registrada durante outro conflito. Nesse caso, podemos dizer que a publicação é falsa, mas também explicar que, de fato, existem imagens que mostram as consequências após bombardeios do país A contra civis do país B, se esses registros estão disponíveis. Ao verificar a publicação enganosa, não devemos dar a impressão de que estamos negando a realidade dos ataques cometidos contra civis, então é essencial adicionar esse contexto.

Exemplo: *O país A bombardeou cidades e povoados do país B, mas essa imagem data de um conflito anterior no país C, e não mostra as consequências dos recentes ataques.*

CORREÇÕES

Se encontrarmos um erro factual em um artigo, nós o corrigimos e adicionamos uma nota na parte inferior da publicação explicando o que foi alterado e quando. Uma lista com todas as correções feitas nos últimos anos está disponível no site. Se o erro for muito significativo, removemos o artigo e publicamos uma explicação sobre o equívoco e as circunstâncias que

o provocaram. Também publicamos a correção nas mesmas redes sociais do original para garantir que seja amplamente compartilhada.

Quando o erro tiver sido publicado em um formato não editável, como publicações em algumas redes sociais, excluímos a mensagem errada e postamos uma correção no mesmo canal.

Também indicamos no final dos nossos artigos quaisquer atualizações, esclarecimentos ou novas informações adicionadas após a publicação.

D

DESINFORMAÇÃO/INFORMAÇÃO FALSA/FAKE NEWS

Estes são termos frequentemente usados nos meios de comunicação, então aqui estão algumas definições:

A desinformação é criada e desenhada para enganar deliberadamente as pessoas, usualmente com intenção maliciosa. A informação falsa geralmente é criada sem essa intenção, ainda que possa ter efeitos danosos. “Fake News” é um termo que vem sendo mal utilizado e pode significar tudo, de desinformação a epítetos usados por pessoas em cargos políticos e outras para desacreditar uma cobertura desfavorável. Por esse motivo, devemos evitar usar os termos “fake news” ou “notícias falsas” em nossos textos e utilizar em seu lugar “desinformação”, salvo que estejam contidos em declarações.

Ver [Sátiras/Piadas/Humor](#)

DESMENTIDOS

Não se pode usar apenas o desmentido de uma pessoa, organização ou outra parte interessada como prova de que uma afirmação é falsa. Devemos apresentar outras provas independentes em nossa investigação.

DEVER DE CUIDAR/MINIMIZAR DANOS

Como agência de notícias, temos o dever de cuidar das pessoas sobre as quais escrevemos ou trabalhamos e minimizar o dano sobre elas e, por extensão, suas famílias. Em algumas circunstâncias podemos escolher embaçar os rostos ou não revelar as identidades de pessoas que aparecem em publicações falsas, caso elas estejam sendo acusadas equivocadamente ou sendo ridicularizadas. Isso também se aplica para os nomes nas seções de comentários. Devemos ser particularmente cuidadosos quando as verificações envolverem menores de idade.

E

ESCRITA

Nosso estilo de escrita deve ser direto, simples e objetivo, sem necessidade de linguagem rebuscada. Devem ser evitados jogos de palavras e ironias, que podem não ser entendidas em outras culturas ou línguas para as quais o material possa ser traduzido.

Não devemos simplesmente afirmar que algo é verdadeiro ou falso, mas também explicar o porquê. Para isso, você deve detalhar o método como conduziu a sua verificação de forma transparente:

- Fornecendo evidências para todos os fatos citados. Links, publicações ou vídeos incorporados no artigo, mapas etc.
- Explicando claramente as etapas seguidas para conduzir a verificação. Por exemplo, detalhar que foi necessário usar a busca reversa de imagens no Google, InVid etc.
- Escrevendo da forma mais concisa possível. Cada alegação adicional deve ser verificada e provada de forma transparente.
- Quando um link na verificação de fatos for de uma prova de que a afirmação que você está checando é falsa ou enganosa, coloque no texto o link ativo dessa fonte confiável e também o link arquivado, de modo a preservar as evidências e as fontes ao longo do tempo, que podem ter sido modificadas ou excluídas após a publicação do nosso artigo. Não queremos gerar tráfego para publicações, contas e sites que difundam desinformação, então nesses casos usamos apenas links arquivados (e não links ativos) na verificação. Arquive o conteúdo utilizando sites como perma.cc e Wayback Machine.

EVENTOS FUTUROS

Não se verificam previsões ou declarações sobre eventos que ainda não ocorreram. Por exemplo, se um político, organização ou governo afirma que algo vai acontecer, o serviço de notícias pode investigar o assunto e buscar análises de confirmação ou refutação. Por exemplo, antes da guerra na Ucrânia, não teríamos verificado alegações dos Estados Unidos segundo as quais a Rússia estava preparada para a invasão. Nesse caso, teríamos que citar desmentidos russos, não sendo assim um artigo de verificação.

Pode haver exceções para cenários vinculados à ciência, como publicações catastróficas que predizem que um asteroide vai se chocar com a Terra, caso em que astrônomos podem ser citados.

EXTENSÃO

Devemos escrever de forma clara e concisa, mas nossas verificações devem ser completas. Dessa maneira, não se deve omitir elementos da investigação para economizar dois ou três parágrafos. Além disso, o contexto deve estar bem explicado. Pessoas que não desejam ler todo o artigo de fact-checking geralmente só olharão o título e a imagem de capa (daí a importância de ter uma imagem de capa que, na medida do possível, mostre claramente o resultado da verificação e não apenas uma foto genérica).

F

FONTES

As fontes devem estar claramente identificadas pelo nome, idade se for relevante, cargo, grau acadêmico, ocupação, afiliação, credenciais e qualquer outro elemento que fortaleça a credibilidade da história. Se estão sendo citadas como especialistas, devemos especificar suas credenciais e fornecer links para sites relevantes. Devemos ter, ao menos, duas fontes independentes em cada artigo de fact-checking, além do desmentido das partes envolvidas.

Devemos contatar nossas fontes diretamente, mas ser cuidadosos em caso de comunicação com conhecidos divulgadores de desinformação ou teóricos da conspiração, porque pode levar a assédio ou divulgação de dados pessoais. Caso decida contatá-los, faça com precaução. Para diretrizes sobre o tema, consulte os [Vinte Princípios sobre Fontes](#) da AFP.

FONTES ANÔNIMAS

Uma fonte anônima não pode ser citada como parte de uma investigação de fact-checking. Se uma pessoa desejar ser citada somente pelo seu cargo – por exemplo, porta-voz da polícia – e fornecer informação essencial que não pode ser obtida em outro lugar, a decisão de usar sua declaração como fonte deve ser tomada pelo chefe de fact-checking ou seu substituto. Utilizar fontes identificadas é essencial para a credibilidade da nossa verificação e permite aos leitores examinar a qualidade dessas fontes por si próprios, se assim desejarem.

Ver [Fontes](#)

H

HISTÓRIAS LEVES/INUSITADAS

Apesar de a nossa prioridade ser verificar histórias que tenham um significativo valor noticioso e que possam causar danos, devemos também cobrir histórias mais leves ou inusitadas. Elas são populares e têm valor educacional, porque as pessoas verão quão simples é manipular imagens e entenderão como as verificamos. Podem desencorajá-las a compartilhar publicações extravagantes no futuro.

I

IMAGENS

Caso verifique uma imagem e descubra que é uma imagem composta, todas as imagens devem ser publicadas: A) a que aparece na publicação falsa junto com a original sem retoques; B) a outra imagem da qual os itens foram retirados.

IMAGENS DE CAPA

Na medida do possível, deve-se usar a imagem enganosa ou falsa na capa, marcada claramente com a etiqueta correspondente. Apenas utilize uma foto da AFP se o conteúdo original for inadequado ou muito explícito para uso em uma posição tão destacada. Caso opte por uma fotografia da AFP, esta deve ser relevante para a história. Além disso, o material da AFP não deve gerar confusão ao mostrar um acontecimento real usado como imagem de capa em um texto nosso que desminta a publicação de imagens falsas ou manipuladas.

IMAGENS EXPLÍCITAS/PESADAS

As diretrizes para abordar imagens explícitas ou pesadas se encontram no [Manual de estilo e ética](#). Elas incluem esta listagem sobre seu uso:

- Acrescenta uma explicação importante sobre a história?
- O público tem direito de saber e ver o que aconteceu?
- Cumpre o seu dever de informar como jornalista?
- Apela apenas à curiosidade mórbida sem fornecer contexto essencial?
- Considerou-se o dever de cuidar e minimizar o dano às vítimas e a suas famílias?
- Como será publicada? Será filtrada por algum cliente ou publicada diretamente na internet?

Nosso critério para o uso de imagens explícitas em um artigo de fact-checking é diferente ao dos serviços de fotografia ou vídeo, que têm a responsabilidade de mostrar a realidade de cenas perturbadoras. Nosso objetivo é verificar inverdades na internet e devemos ser bastante cuidadosos, porque nossos artigos de checagem são publicados online diretamente.

IMPACTO E ALCANCE

Indique o alcance da informação falsa. Isso pode ser colocado fornecendo detalhes sobre o número de compartilhamentos ou de visualizações em diferentes redes sociais, ou o número de seguidores de uma conta.

Na verificação, não devemos usar os termos "muito compartilhado" ou "viral" sem números para apoiar essas expressões, nem estimar a viralização de outra forma que não pelo número de compartilhamentos ou visualizações. Podemos escolher publicações para verificar e para classificação no Facebook, mas não devemos nos concentrar apenas no Facebook ou no X. As nossas checagens de fatos devem explicar da forma mais completa possível como a desinformação se espalha nas redes sociais, incluindo aplicativos de mensagens privadas, quando relevante.

Não há um número estabelecido de compartilhamentos para decidir a pertinência ou não da publicação de uma verificação de fatos.

Uma publicação com 100 compartilhamentos pode parecer pouco viral em muitos países, mas ser importante em outros em que há controle estrito das redes sociais, ou onde o ecossistema das redes sociais é diferente. Isso pode depender, também, dos idiomas: uma publicação em inglês terá logicamente um maior número de compartilhamentos do que um

conteúdo em eslovaco ou catalão, por exemplo. Se o conteúdo circula de forma idêntica um número muito grande de vezes com poucos compartilhamentos, também é possível estimar que o acúmulo desses compartilhamentos torna a publicação viral o suficiente para verificá-la.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Os conteúdos gerados por inteligência artificial (IA) representam um novo desafio para os fact-checkers, pois as ferramentas de verificação digital existentes são, em grande parte, incapazes de detectar se uma imagem foi produzida por IA. Essas imagens são recriadas pixel por pixel a partir de uma série de imagens retiradas de um vasto banco de dados. Os softwares projetados para detectá-las atualmente não fornecem resultados confiáveis. Além disso, uma vez compartilhadas na internet, essas imagens não contêm metadados, o que pode dar pistas sobre a sua autenticidade. Por enquanto, os fact-checkers devem confiar nos métodos existentes para detectar imagens geradas por ferramentas como Midjourney, DALL-E, Craiyon e Stable Diffusion. Essas técnicas incluem buscas reversas de imagens para determinar quando ela foi publicada online pela primeira vez, eventualmente, de onde se originou e em quais imagens semelhantes ela pode ter se baseado.

A verificação digital também utiliza pistas visuais que mostram incoerências nas imagens geradas por IA, como perspectivas distorcidas, objetos ou detalhes físicos desproporcionais, muitas vezes no fundo da imagem, como uma mão com seis dedos, reflexos ou sombras inconsistentes. Observe também que alguns softwares de IA acrescentam uma marca d'água para "assinar" a imagem. Um artigo sobre os desafios da identificação de imagens geradas por IA está disponível [aqui](#).

INVESTIGAÇÕES

Seja claro sobre como uma imagem foi encontrada e como a verificação foi conduzida. Os leitores devem ser capazes de entender como foi feita a investigação, e, inclusive, seguir os mesmos passos por conta própria. Isso também é importante para membros da equipe de checagem que estejam trabalhando em outros idiomas e que precisarão ser capazes de seguir o processo se estão traduzindo o texto.

L

LEGENDAS/CAPTURAS DE TELA

Na descrição, usa-se (E) esquerda, (C) centro e (D) direita.

N

NÚMERO DE COMPARTILHAMENTOS

Deve-se dar um número arredondado de compartilhamentos, não o número exato (mais de 500 vezes, não 510 vezes). Também deve-se especificar por quanto tempo foi compartilhado

o conteúdo na internet: às vezes, pode ter sido originado há muitos anos, mas ressurgir ligado a eventos recentes. Outros números devem ser usados cuidadosamente, como o número de visualizações de um vídeo ou o número de comentários/reações, para mostrar quão viral é a publicação. Isso porque os usuários podem não ter visto o vídeo até o final ou podem haver feito comentários para apontar que é falso.

O

OPINIÕES

Não verificamos opiniões.

OUTROS FACT-CHECKERS

Não usamos outras organizações de verificação como fontes primárias. No entanto, se o artigo de checagem de outro meio de comunicação contribuiu em nossa investigação, devemos citar esse artigo. Se você chegar a evidências para a verificação a partir da checagem de outra equipe, ainda assim os elementos devem ser verificados por nossa equipe de forma independente. Isso deve estar claramente especificado em nosso artigo. Também podem ser citadas as checagens de outras organizações, por exemplo, caso se chegue à mesma conclusão usando outro método de verificação.

OUTROS MEIOS

Sempre que for possível, devemos citar e oferecer links para conteúdos da AFP. No entanto, caso a AFP não tenha coberto alguma história citada no artigo de checagem, podemos publicar links de um meio local confiável. Devemos evitar colocar links de artigos com paywall, o que poderia gerar frustração em nossos leitores que não são assinantes.

P

PROPAGANDA

Propaganda é um termo usado frequentemente no contexto de difusão da desinformação. Trata-se de uma tentativa deliberada, por parte de atores políticos e de outros âmbitos, de influenciar como as pessoas pensam e se comportam utilizando métodos como reportagens escritas, de televisão e de rádio, publicações em redes sociais, vídeos, cartazes, música, memes, sátira, anúncios, e outras formas de comunicação, enviesados. Pode estar baseada em invenções ou exageros, pode ser distorcida ou enganosa, e frequentemente é concebida para aproveitar os medos e preconceitos das pessoas. Porém, não é necessariamente falsa.

R

REPETIR AFIRMAÇÕES OU PUBLICAÇÕES FALSAS

Nosso objetivo é desmentir falsidades, não difundi-las, por isso devemos ter cuidado com o modo como nossas verificações são apresentadas. Quando for possível, devemos começar o texto com a informação verificada e seguir com a falsa. A forma mais efetiva de fazer isso é por meio do “sanduíche da verdade” - a verdade, seguida da mentira, seguida da verdade.

Prefere-se: Pediatras advertiram pais de bebês que eles não devem tentar fazer suplemento alimentar em casa, contradizendo publicações nas redes sociais que promovem essa prática por causa da escassez do produto. Os profissionais explicaram que o suplemento alimentar caseiro pode ser deficiente em vitaminas e nutrientes essenciais, e ser danoso para os bebês.

Deve-se evitar: Publicações nas redes sociais afirmam que pais que enfrentam escassez de suplemento alimentar para bebês devem fabricá-lo por conta própria. Porém, pediatras asseguraram à AFP que não é aconselhável o uso de suplemento alimentar caseiro e advertiram que a preparação pode ser deficiente em vitaminas e nutrientes essenciais para que os bebês cresçam e se desenvolvam.

S

SÁTIRAS/PIADAS/HUMOR

Geralmente apenas as considere se tiverem um grande número de reações ou compartilhamentos. Se a afirmação é claramente ridícula, deve-se tomar cuidado para não dar a impressão de que a AFP a levou a sério. Deve-se ler os comentários e reações para ver se o conteúdo está sendo compartilhado meramente por diversão ou se há um número suficiente de pessoas que o estão levando a sério e, portanto, pode valer uma verificação. Também devemos levar em consideração que uma afirmação pode parecer obviamente ridícula em uma cultura, mas não necessariamente em outra. Humor, piadas e memes são um meio efetivo para difundir desinformação, insultos raciais e outras ofensas. Esses casos merecem um artigo de checagem.

SAÚDE

Evite formulações, incluindo títulos, subtítulos, legendas etc., que podem parecer um respaldo da AFP à eficácia ou segurança de um medicamento ou vacina.

Devemos citar fontes médicas respeitadas e pesquisas para desmentir a afirmação falsa.

Não escreva: “As vacinas foram testadas de forma apropriada” ou “É falso dizer que não foram testadas de forma apropriada”.

Use formulações como: “A OMS, a FDA e outras organizações de saúde ao redor do mundo afirmam que os testes demonstraram a eficácia das vacinas e consideraram suficientemente seguro seu uso”.

Também devemos evitar enunciados definitivos, como: “*As vacinas não causam XXXX*”. Poderia haver algum caso raro, em algum lugar, do efeito adverso em questão, por isso uma afirmação assim deve ser atribuída a fontes respeitadas.

Pode-se dizer: “*A AFP não encontrou nenhum estudo que estabeleça XXX, nas bases de dados de respeitadas publicações científicas*”. Devemos evitar enunciados definitivos como “*não há estudos*”, porque na internet circulam falsas pesquisas científicas e de outro tipo.

Deve-se informar a data em que se obteve a evidência/citação sobre o tema que está sendo investigado, já que pesquisas científicas estão sujeitas a mudanças ou avanços.

Você pode conferir o [módulo do curso online da AFP](#) sobre esse tema.

T

TERMINOLOGIA

Devemos usar os seguintes termos em nossos artigos de verificação:

- **Falso:** Definimos uma alegação como falsa quando citamos múltiplas fontes confiáveis para desmenti-la.
- **Checamos:** Definimos um artigo desta forma quando há elementos ou afirmações falsas e verdadeiras, por isso se torna complexo qualificá-lo com apenas uma categoria.
- **Enganoso:** Definimos uma alegação como enganosa quando se usa informação real (texto, fotografia ou vídeo) fora de contexto ou utilizada em um contexto falso.
- **Montagem:** Quando uma foto ou um vídeo foi manipulado para enganar.
- **Sem contexto:** Quando uma afirmação é autêntica, mas pode levar a enganos, se não houver mais informações.

TÍTULOS

Os títulos devem ser os mais curtos possíveis, expor claramente o fato e ser independentes da imagem de capa. Em outras palavras, devem ser completos por si mesmos.

Por exemplo: *Foto feita em Paris em 2014 circula como se mostrasse ato anti-fracking em Londres*

Não escrever: *Esta não é uma imagem de um protesto anti-fracking em Londres*

Lembre-se de incluir palavras-chaves e nomes adequados para que os títulos estejam otimizados para os motores de busca.

TRADUÇÕES

Cada tradução deve ser adaptada ao contexto local e/ou regional, e se for necessário deve ser enriquecida com outras fontes ou elementos que reforcem a demonstração de que o conteúdo é falso.

V

VÍDEOS LONGOS/DOCUMENTÁRIOS

Se um vídeo longo ou documental estiver promovendo uma premissa falsa, podemos concentrar nossa verificação em elementos-chave, a modo de ilustração. Frequentemente, alegações falsas estão misturadas a fatos reais, por isso é importante demonstrar que existe desinformação o suficiente para desacreditar toda a premissa do vídeo.

VIÉS

Deve-se estar consciente do perigo do viés de confirmação, quando decidir que uma publicação é falsa e, como resultado, acabar ignorando provas do contrário.