



VERIFICATION HANDBOOK

La guida definitiva alla
verifica dei contenuti digitali
per coprire le emergenze

Introduzione

«Nel mondo tecnologico di oggi, dove circolano voci non confermate e false informazioni, i giornalisti devono poter differenziare il materiale autentico dai falsi. Questo manuale è una lettura obbligatoria per tutti i giornalisti che hanno a che fare con ogni tipologia di contenuti prodotti dagli utenti». - **Wilfried Ruetten, Direttore, The European Journalism Centre (EJC)**

«Le informazioni accurate possono rivelarsi una risorsa cruciale per salvare molte vite nelle crisi umanitarie, ma le circostanze in cui tali crisi si presentano sono generalmente quelle in cui è più difficile reperire informazioni affidabili. Questo manuale sarà di grande aiuto non soltanto ai giornalisti, ma anche a chiunque operi direttamente in queste situazioni per la verifica dei fatti sul campo». - **William Spindler, Portavoce, The United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR)**

«Questo manuale è essenziale per giornalisti che seguono i conflitti inter-religiosi e interetnici, consentendo loro di lavorare in maniera più equilibrata, trasparente e accurata, contribuendo in definitiva a far calare la tensione all'interno e tra le comunità coinvolte». - **Matthew Hodes, Direttore, The United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC)**

«Di questi tempi è sempre più vitale conoscere la verità e saper verificare le notizie e altre informazioni. Questo manuale fornisce gli strumenti fondamentali a tutti, giornalisti e cittadini, per farlo in maniera efficace». - **Howard Finberg, Responsabile delle partnership di formazione e delle alleanze, The Poynter Institute**

«Arrivare ai fatti è un principio cardine del giornalismo, ma i media fanno fatica a comportarsi eticamente di fronte alle situazioni d'emergenza. Questo manuale aiuta chi fa informazione a cercare la verità, anche quando online abbondano voci e fonti incontrollate». - **Aidan White, Direttore, The Ethical Journalism Network (EJN)**

«Il punto sta nell'avere le informazioni giuste al momento giusto e nel posto giusto. Quando in caso di disastri o emergenze l'accesso è limitato, diventa cruciale per i soccorritori poter reperire efficacemente le informazioni tramite i social network. Questo manuale sarà utile alle squadre di soccorso sul campo come anche ai volontari impegnati online». - **Christoph Dennenmoser, Team Lead Urgent Needs, Humanity Road Inc.**

Capitolo 1: L'informazione affidabile quando scoppia un'emergenza



Craig Silverman è un giornalista-imprenditore, fondatore di [Regret the Error](#), un blog del Poynter Institute che si occupa di errori, accuratezza e verifica nel giornalismo (con omonimo libro pubblicato nel 2007). Ha messo a punto un [corso di studi](#) sulla verifica nell'era digitale per la Poynter News University. È anche co-direttore di [Spundge](#), piattaforma che valorizza le competenze dei professionisti tramite la produzione di contenuti. In precedenza ha collaborato al lancio di OpenFile, start-up d'informazione locale dedicata a sei città canadesi, e ha ottenuto il riconoscimento della U.S. National Press Club, il Mirror Awards, il Crime Writers of Canada e il National Magazine Awards (Canada). Twitter: [@craigsilverman](#).



Rina Tsubaki guida e gestisce i progetti "[Verification Handbook](#)" e "[Emergency Journalism](#)" presso l'[European Journalism Centre](#) in Olanda, dedicate ai giornalisti che lavorano situazioni instabili nell'era digitale. In precedenza, ha curato progetti focalizzati sul ruolo dei cittadini nella trasformazione del mondo dell'informazione e nel 2011 ha coordinato il rapporto di [Internews Europe](#) sulla comunicazione durante il terremoto del 2011 in Giappone. Ha anche collaborato con l'Hokkaido Shimbun, quotidiano regionale giapponese. Twitter: [@wildflyingpanda](#).

“... Per continuare a rimanere fonti affidabili di notizie e informazioni, i giornalisti non devono mai presumere nulla e impegnarsi sempre a condurre controlli incrociati e verificare ogni fonte”. — Santiago Lyon, vice-presidente e direttore della fotografia, The Associated Press

Quando un terremoto di magnitudo 8,1 colpì la regione settentrionale dell'India, si diffuse rapidamente la voce che il crollo di 4.000 edifici in una città colpita aveva causato "innumerevoli morti". Secondo altre testimonianze, erano crollati perfino

l'edificio centrale di un college e quello del tribunale regionale.

Una situazione analoga a quella seguita al terremoto di magnitudo 9,1 che colpì l'area nord-est del Giappone. Tra la popolazione si diffusero voci quali l'arrivo una pioggia tossica a causa dell'esplosione di una struttura petrolifera e l'impossibilità per le squadre di soccorso di paracadutare viveri e medicinali nel paese.

Si trattava di voci infondate, erano tutte illazioni.

È una verità assoluta: le voci non confermate e la disinformazione accompagnano ogni situazione d'emergenza. Il terremoto in India? Correva l'anno 1934, ben prima dell'avvento di internet e dei social media. Il terremoto del Giappone, invece, risale al marzo 2011. Entrambi gli eventi generarono voci infondate perché l'incertezza e l'ansia — due elementi chiave durante le crisi umanitarie e le situazioni di emergenza — portano la gente a inventare o replicare informazioni non verificabili.

«In breve, le voci infondate nascono e si diffondono quando la gente si sente insicura e ansiosa rispetto a qualcosa che la riguarda personalmente e quando la voce appare credibile in base alla sensibilità di quanti sono implicate nella sua diffusione», sostengono gli autori di *Rumor Mills: The Social Impact of Rumor and Legend*.

[Un articolo su Psychology Today](#) la mette in un altro modo: «La paura alimenta voci infondate. Più l'ansia diventa collettiva, più aumenta la probabilità di voci incontrollate».

Nel mondo iperconnesso di oggi, c'è perfino chi diffonde intenzionalmente false informazioni e bufale, per guadagnarsi qualche “mi piace” e dei follower sui social media, o semplicemente per causare panico.

Il risultato è che il lavoro di verifica è probabilmente più difficile proprio in quelle situazioni in cui è cruciale fornire informazioni accurate. Nel caso di un disastro, che sia di origine naturale o meno, il rischio di notizie inaccurate si amplifica. È può realmente diventare una questione di vita o di morte.

Eppure anche tra voci e bufale c'è sempre un segnale forte e prezioso che mette in luce l'informazione importante. Quando un volo della US Airways fu costretto ad atterrare sul fiume Hudson a New York, un uomo su un traghetto riuscì a far circolare una fotografia mozzafiato che poteva essere stata scattata soltanto da un testimone diretto:



Jānis Krūms

@jkrums



Follow

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



Reply



Retweet



Favorite



Buffer



More

122

RETWEETS

699

FAVORITES



3:36 PM - 15 Jan 09

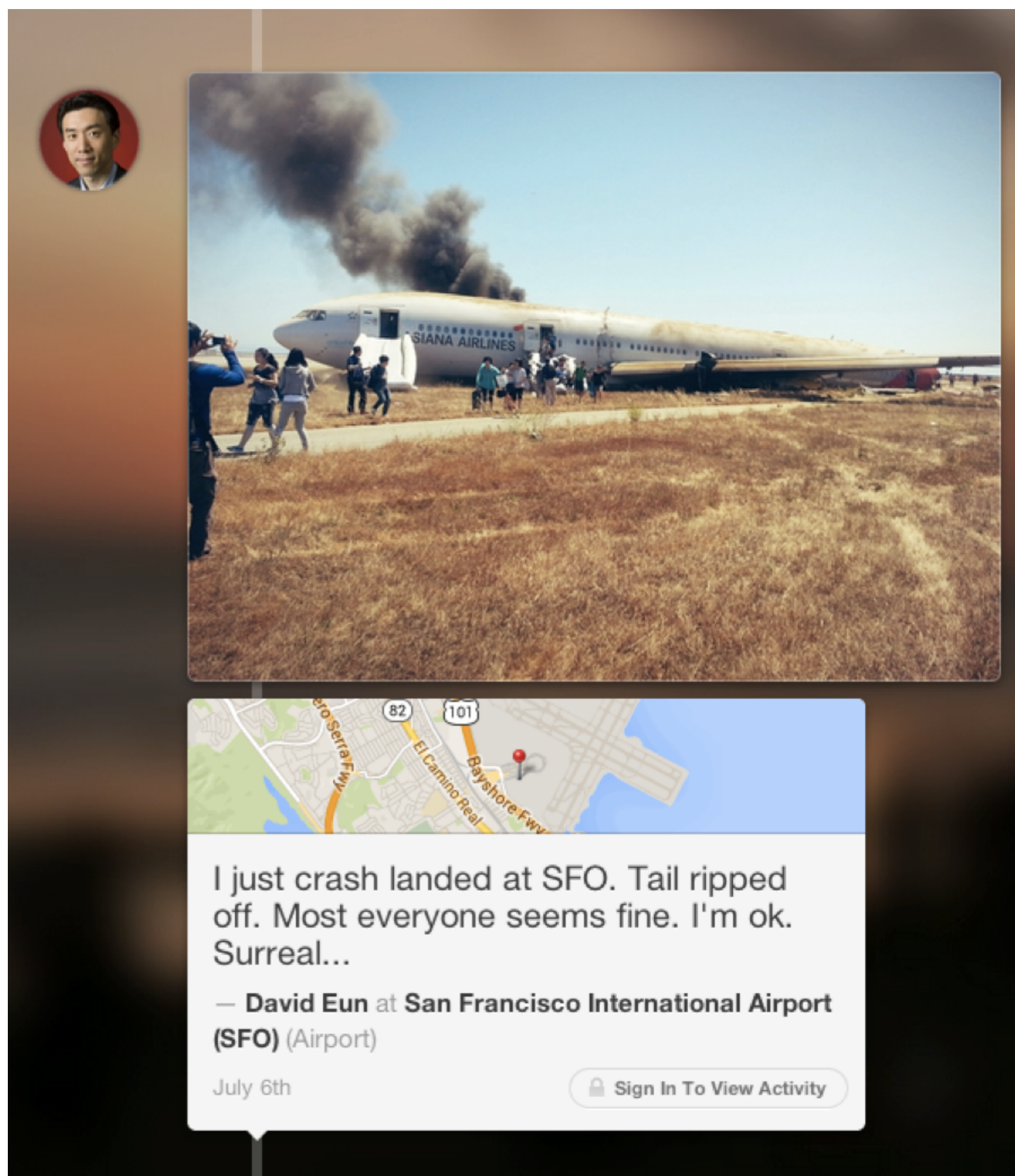
[Original link](#)



[Original link](#)

I testimoni sul terreno diventano ancora più preziosi in quei luoghi dove i giornalisti hanno scarso o nessuno accesso e dove neppure le organizzazioni umanitarie

riescono a operare. Oggi, spesso questi testimoni e partecipanti sono dotati di uno smartphone per documentare e condividere quello che vedono. Può trattarsi di qualcuno in barca su un fiume, oppure di un uomo appena scampato a un incidente aereo, come questo esempio del 2013:



Il pubblico si affida alle fonti ufficiali quali testate giornalistiche, servizi di emergenza e agenzie governative per avere informazioni credibili e aggiornate.

Al contempo però queste organizzazioni e istituzioni guardano sempre di più al pubblico, alla folla, come fonti di nuove informazioni in grado di offrire importanti

prospettive e contesti. Quando questo meccanismo funziona si crea un circolo virtuoso: le fonti ufficiali — strutture istituzionali, ONG e testate giornalistiche — diffondono le informazioni cruciali al momento giusto e lavorano a stretto contatto con i testimoni sul campo che sono i primi a osservare e documentare l'emergenza.

Per raggiungere questo scopo, i giornalisti, le organizzazioni umanitarie e i soccorritori devono imparare a usare i social media e altre fonti per raccogliere, confrontare e verificare le informazioni, spesso discordanti, che si diffondono durante i disastri. C'è bisogno di procedure verificate, strumenti affidabili, tecniche collaudate e funzionali. Ma soprattutto, tutto ciò va implementato prima che avvenga qualche disastro.

In una situazione d'emergenza non si può cercare di verificare al volo le notizie. Non è quello il momento per stabilire gli standard e le pratiche operative per gestire le informazioni prodotte dal pubblico. Eppure è ancora quello che succede in molte — troppe — redazioni giornalistiche e altre organizzazioni.

Fortunatamente negli ultimi anni sono emersi una varietà di strumenti, tecnologie e procedure grazie alle quali chiunque può padroneggiare la nuova arte della verifica. E altre funzionalità sono in continuo sviluppo.

Il punto, in definitiva, sta nel riuscire ad armonizzare due elementi chiave: preparare, istruire e coordinare le persone prima e durante l'emergenza; e fornire accesso e risorse per consentire loro di usufruire al meglio degli strumenti in evoluzione continua che possono aiutarli nel processo di verifica.

In fondo è proprio la combinazione tra il fattore umano e quello tecnologico, operata con diligenza e attenzione, a facilitare un processo di verifica veloce e accurato. Bisogna tuttavia tener presente che si tratta pur sempre di un contesto nuovo, e il quadro di strumenti e tecnologie disponibili tende a cambiare rapidamente.

Questo libro raccoglie i consigli e le competenze migliori tratti dall'esperienza di professionisti di primo piano provenienti da alcune delle strutture giornalistiche più importanti, oltre che da ONG, da organizzazioni di volontariato e perfino dalle Nazioni Unite. Il testo si pone quindi come guida di base per strumenti e procedure che aiutano le organizzazioni e i professionisti a offrire al pubblico informazioni aggiornate e attendibili nel momento in cui sono più urgenti.

★★

La verità è che anche qualificati professionisti spesso cadono vittime della disinformazione e che la tecnologia può metterci sulla cattiva strada così come esserci d'aiuto. Ciò è ancora più vero quando una gran quantità d'informazione

circola a ritmi rapidissimi, e quando tante redazioni e organizzazioni difettano di programmi formali per l'apprendimento di tecniche e procedure per la verifica.

«L'onere del controllo e della verifica dei contenuti prodotti dal pubblico spetta ben più al giornalista che a sgargianti tecnologie», scriveva David Turner in un [articolo su Nieman Reports](#), riferendosi alla squadra della BBC incaricata di curare i contenuti prodotti dagli utenti. «Malgrado qualcuno definisca come 'informazione forense' questa nuova specializzazione del giornalismo, non bisogna essere esperti di tecnologia o dotarsi di speciale equipaggiamento per porsi alcune domande fondamentali (e trovarvi risposta), così da stabilire se un'immagine è una messa in scena o meno».

Prendere atto che non esistono soluzioni miracolose né tantomeno test perfetti è il punto di partenza per ogni processo di verifica, nonché per la produzione di informazioni affidabili durante un disastro. Questo impone, ai giornalisti e a chiunque altro, di far propri innanzitutto le norme fondamentali della verifica che esistono da decenni e che non diventeranno mai obsolete.

Nel suo capitolo, Steve Buttry mette a fuoco una questione cruciale che è alla base della verifica. In aggiunta, ecco i punti fondamentali da applicare:

- Mettere a punto piani e procedure prima che succedano i disastri e arrivino le notizie dell'ultim'ora.
- Attivare una struttura di fonti umane.
- Contattare e parlare di persona con la gente.
- Essere scettici quando qualcosa sembra troppo bella per essere vera.
- Consultare fonti credibili.
- Familiarizzare direttamente con i metodi di ricerca e di analisi e con ogni nuovo strumento.
- Comunicare e lavorare insieme ad altri professionisti – la verifica è un lavoro di squadra.

Un altro principio aggiunto negli ultimi anni è che quando tenti di valutare l'informazione — che sia un'immagine, un tweet, un video o materiali di altro tipo — spetta a te verificare la fonte e il contenuto.

Quando l'Associated Press incaricò Fergus Bell di stabilire le pratiche per confermare e verificare i video prodotti dagli utenti, per prima cosa ripescò i tradizionali manuali interni sulle procedure di verifica, prim'ancora di prendere in esame nuovi strumenti e tecnologie.

«L'Associated Press ha sempre seguito i propri standard, che sono rimasti sostanzialmente immutati e che ci hanno consentito di predisporre flussi di lavoro e

procedure funzionali e specifiche relative ai social media», spiega Bell. «L'Associated Press ha sempre cercato in ogni modo di arrivare alla fonte originale da cui poi produrre i propri contenuti. Ed è esattamente la stessa procedura che applichiamo per verificare gli i contenuti prodotti dagli utenti. In molti casi non possiamo verificare una notizia a meno di non parlare direttamente con la persona che l'ha fornita».

Partendo da queste basi, le organizzazioni possono cominciare a definire le procedure ripetibili e affidabili per verificare le informazioni nelle situazioni di emergenza. Una volta stabiliti gli standard interni e la relativa applicazione, diventa assai più semplice verificare le informazioni in circolazione sui social network, che si tratti di possibili eventi, fatti, foto o video.

È in questo contesto che diventa possibile usare al meglio strumenti come i servizi Exif, i plug-in di analisi fotografica, la ricerca avanzata di Twitter, l'archivio di ricerca dei domini (whois) e gli altri strumenti illustrati in questo manuale.

Insieme a questa cassetta degli attrezzi, agli standard e alle procedure relativi all'uso di questi strumenti c'è un altro elemento critico nel crowdsourcing: coinvolgere il pubblico nel processo e lavorare insieme a loro per assicurarci di avere le informazioni migliori quando servono.

Andy Carvin, ex strategista dei social media per la National Public Radio statunitense, è forse il più celebrato professionista della verifica contenuti prodotti dagli utenti, quello con maggior esperienza sul campo. Una volta disse che la chiave era quella di lavorare *con* il pubblico stesso, per arrivare così, riprendendo il motto della stessa National Public Radio, a «creare un pubblico più informato».

In un intervento al Festival Internazionale del Giornalismo di Perugia, Carvin ha spiegato: «Quando arriva una notizia importante, non dovremmo limitarci a usare i social network per rilanciarne i titoli o chiedere agli utenti cosa ne pensano». E ha poi aggiunto:

Non dovremmo mai smettere di chiedere il loro aiuto, ma anzi essere più trasparenti e dichiarare quel che sappiamo e quel che non sappiamo. Dovremmo verificare attivamente le voci infondate reperibili online. Anziché far finta che non circolino, oppure che non sia un problema nostro, dovremmo al contrario farcene carico, sfidare il pubblico a metterle in dubbio, a vagliarle, a capire da dove possano arrivare e perché.

Questo libro è una guida che potrà aiutare tutti noi – giornalisti, operatori d'emergenza, cittadini-reporter e chiunque altro – ad apprendere le competenze e le conoscenze necessarie per lavorare insieme nelle situazioni d'emergenza per separare le notizie dal rumore, per migliorare la qualità dell'informazione a

disposizione della società nel momento in cui ce n'è maggior bisogno.

Caso di Studio 1.1: Separare le voci dai fatti in una zona di conflitto in Nigeria



Stéphanie Durand gestisce le partnership mediatiche e altri progetti presso la [United Nations Alliance of Civilizations](#) di New York. È incaricata di organizzare corsi di formazione per giornalisti e convegni con esperti e studiosi, sviluppare progetti multimediali, dare visibilità a un sito web di esperti e gestire l'attività di oltre 80 partner. In precedenza, ha lavorato presso l'Istituto di Studi Politici di Parigi (Sciences Po) come co-direttrice dell'American Center, e la Graduate School of Journalism, di cui ha curato la strategia internazionale. Di origini franco-tedesche, ha ottenuto un B.A./M.A. a Sciences Po e un M.Sc. in International Affairs alla London School of Economics. Twitter: [@steffidurand](#).

La regione di Jos, nella Nigeria centrale, è tradizionalmente conosciuta come la “Casa della pace e del turismo”. Da parecchio tempo è divenuta lo scenario di una guerra continua tra fazioni religiose e settarie.

La regione si estende a cavallo tra il nord e il sud del paese: la parte settentrionale è a maggioranza musulmana, in quella meridionale predominano invece i cristiani.

Questa crisi ha portato a titoli allarmistici, del tipo: “Aggressori islamici uccidono centinaia di cristiani nei pressi di Jos” e “Musulmani trucidano cristiani nella Nigeria centrale”. Questi e analoghi titoli di giornali hanno spinto alcuni leader religiosi ad accusare i media di incitare alla violenza religiosa con articoli di natura provocatoria.

Ma la violenza nella regione si è fatta mortale, e i giornalisti hanno il dovere di informare in maniera accurata su quanto accade. Per riuscirci, devono passare al vaglio una quantità sempre maggiore di voci incontrollate che si diffondono tramite sms, social media e blog – stando bene attenti a evitare la pubblicazione di notizie false che possano infiammare ulteriormente la situazione.

I giornalisti locali sono esposti anche a intimidazioni, autocensure e timori di ritorsioni da parte delle autorità statali o dei militanti. Le testate internazionali devono far fronte alla scarsità di risorse che costringe i reporter stranieri a lavorare da soli per coprire l'intera regione.

Questa situazione influisce sulla loro conoscenza e sull'attenzione al contesto locale, incrementandone altresì la dipendenza da contenuti prodotti e diffusi da testimoni (spesso anonimi) presenti sul terreno. I giornalisti devono preoccuparsi di verificare ogni notizia, rischiando altrimenti di far aumentare le tensioni e di portare a rappresaglie basate unicamente su voci non verificate.

Nel gennaio 2010, quando le testate d'informazione diffusero la notizia di un altro importante conflitto scoppiato nella regione di Jos, voci non confermate parlavano di gruppi di persone armate di coltelli e machete nei dintorni di case, chiese e moschee. I testimoni apparivano discordanti sulle cause dei disordini: secondo qualcuno, erano dovuti alla ricostruzione delle abitazioni distrutte negli scontri del 2008, mentre altri le imputavano ai tafferugli durante una partita di calcio, e altri ancora all'incendio di una chiesa.

In quei frangenti, anche gli sms svolsero un ruolo importante nell'incitare alla violenza, con messaggi quali: «Massacrateli prima che massacrino voi. Uccideteli prima che uccidano voi». E i blog rilanciavano le foto delle vittime delle violenze.

Il processo di verifica si rivela più cruciale che mai nelle situazioni in cui le percezioni errate e la paura finiscono per pervadere tutte le parti in causa. È essenziale per i giornalisti avere un atteggiamento distaccato dalla passione dei diretti interessati e verificare l'accuratezza dei resoconti che parlano o mostrano visualmente situazioni di violenza etnica o religiosa. Smascherare le false voci di furiose violenze o di crisi imminenti può veramente salvare tante vite umane.

Come in altri casi, anche nella regione di Jos i social media tendono ad amplificare la disinformazione, pur consentendo contemporaneamente ai giornalisti di connettersi e interagire con i cittadini per poter svolgere il loro lavoro. I social media diventano altresì una piattaforma per chiarire le voci incontrollate diffuse da fonti anonime e per verificare le notizie che alla fine creano quel tipo di fiducia e di trasparenza necessarie per evitare possibili intensificazioni del conflitto.

Nella regione di Jos, la verifica delle fonti, effettuata in collaborazione con il pubblico, aiuta i media a svolgere un ruolo importante per far diminuire la tensione e contenere il conflitto. Di conseguenza, ciò incoraggia quel lavoro giornalistico più attento e accurato che è decisamente necessario. Pur non essendo certo l'unica risposta possibile per alleviare le tensioni, un simile impegno nel produrre informazione corretta può fare davvero molto per contrastare la paura, il sospetto e la rabbia che sono alla base di ogni conflitto etnico e religioso.

Capitolo 2: Le regole fondamentali della verifica



Steve Buttry ha collaborato con Digital First Media, oltre ad essere stato caporedattore, giornalista o addetto alla formazione per sette quotidiani statunitensi e ad aver ricoperto importanti ruoli presso l'American Press Institute. Ha curato oltre 40 eventi sul giornalismo etico, tra workshop, seminari e webinar tenuti in vari paesi. Nel 2010 è stato nominato [Editor dell'anno](#) dalla rivista Editor & Publisher. Vanta una carriera giornalistica di 42 anni tra Stati Uniti, Canada, Irlanda, Venezuela, Messico, Germania, Giappone, Arabia Saudita, Ecuador, Siberia, Francia e Italia. Blog: stevebuttry.wordpress.com; Twitter: [@stevebuttry](#).

Nel 1996, curai un progetto sulla [squadra femminile di pallacanestro di una scuola media dell'Iowa che 25 anni prima aveva vinto il campionato](#). Intervistai tutte le 12 giocatrici del Farragut, e lo stesso feci con la 'star' e l'allenatore del Mediapolis, sconfitta in finale dal Farragut.

Chiesi loro come avevano fatto a vincere, e ne ricavai racconti assai diversi, spesso concitati, della stessa storia. La 'star' del Mediapolis, Barb Wischmeier, era alta un metro e ottanta e iniziò a fare canestri a tutto spiano contro le avversarie più basse del Farragut: in breve la sua squadra aveva conquistato un netto vantaggio.

L'allenatore del Farragut le mise contro Tanya Bopp, alta poco più di un metro e mezzo. Bopp prese a commettere falli (qualcuno ne ricordò specificatamente 3 o 4) contro l'avversaria più alta e grossa di lei, che pian piano s'innervosì e divenne meno aggressiva. Così il Farragut si riprese e riuscì a vincere la partita.

Non misi in dubbio questi ricordi coerenti, ma capii praticamente per caso che erano esagerati. Una delle ragazze mi prestò il video della partita. Lo guardai per intero, cercando qualche dettaglio utile per il mio articolo. Non stavo mettendo in dubbio la memoria di nessuno, ma quando finì la registrazione, ebbi l'impressione di essermi perso qualcosa e lo guardai di nuovo.

La piccola Tanya Bopp aveva commesso un solo fallo contro la robusta avversaria, sufficiente per farla innervosire. Fu il punto di svolta della partita, ma capitò soltanto una volta. Tutti quei racconti di prima mano che avevo ascoltato erano imprecisi, decisamente emotivi (di gioia o d'angoscia) per quello che era stato un momento

importante della loro vita, assegnando alla partita una fama leggendaria.

Questa leggenda, e l'opportunità di onorarla tramite l'attenta verifica, mi offrì un'ottima vena narrativa per [l'articolo](#), oltre a impartirmi una lezione sulla verifica: non fidarti neppure del più onesto dei testimoni. Cerca sempre le prove inconfutabili.

È bello e pure divertente per gli atleti e i fan ripercorrere i giorni gloriosi di un evento sportivo leggendario. Ma i giornalisti e gli attivisti per i diritti umani devono fare i conti con l'esigenza della verità e devono porsi l'obiettivo di trovarla e raccontarla, soprattutto nelle situazioni d'emergenza.

Sia che stiamo assemblando le notizie concernenti un disastro naturale o un evento d'attualità, oppure lavorando su un pezzo di costume, chi racconta queste storie deve tenere a mente che sta ascoltando il punto di vista di una memoria fallace o di una prospettiva limitata. Se raccontare la verità è il nostro scopo, la verifica dev'essere il nostro standard.

Dobbiamo osservare e ascoltare onestamente quanto ci dicono le nostre fonti, cercando ogni opportunità per verificarle. Forse che la fonte riesce a recuperare un video, una foto, una lettera, un documento (vecchio o nuovo) per validare certi dettagli o correggere ricordi confusi? Quando ci troviamo davanti a materiale di questo tipo, specialmente in situazioni d'emergenza quando il tempo incalza, dobbiamo sottoporlo alle regole fondamentali della verifica.

Al di là della situazione e del nostro ruolo specifico, i principi della verifica restano immutabili e vanno applicati a ogni situazione, che si tratti di una notizia dell'ultim'ora, di un disastro naturale o della ricostruzione di un racconto apocrifo di 25 anni addietro.

L'essenza della verifica

Ecco uno dei cliché più preziosi del giornalismo, proposto da stagionati capo-redattori che tagliano impietosamente i cliché negli articoli altrui: «Se tua madre dice che ti vuole bene, controlla».

Ma il cliché non dice al giornalista, o all'attivista dei diritti umani, come poterlo fare. La verifica è l'essenza del giornalismo, ma illustra anche la difficoltà del giornalismo stesso e la necessità di aderire a standard di alto livello: il percorso per la verifica può rivelarsi diverso per ogni circostanza.

Questo manuale non vuole offrire a giornalisti, chi si occupa di diritti umani e altri addetti alle emergenze un modello unico per i passi necessari alla verifica, bensì una serie di strategie per metterla in atto – qualunque sia il materiale in oggetto e qualunque sia la motivazione o il ruolo che ci riguarda.

La domanda fondamentale di ogni verifica è: «Come fai a saperlo?».

I giornalisti devono porre questa domanda alle loro fonti; i direttori devono farla ai giornalisti. Giornalisti, direttori, produttori e operatori umanitari devono porre la questione al plurale rispetto alle fonti che non riescono a contattare direttamente: «Come fanno a saperlo?».

La consulente di redazione Rosalie Stemer aggiunge una seconda domanda, a conferma del processo stratificato della verifica e l'etica della perseveranza e dell'ingegnosità richieste da questo processo: «Forse l'hanno saputo in qualche altro modo?».

Quando controlliamo l'attendibilità di fonti e documenti, e quando i colleghi fanno lo stesso nei nostri confronti, dobbiamo cercare molteplici fonti per la verifica, molteplici strade che portano alla verità (o che scoprono le falle nei dati o nell'articolo prima che divenga pubblico).

La verifica si basa su un misto di tre fattori:

1. L'ingegnosità e la perseveranza dell'individuo, lo scetticismo e le capacità professionali.
2. La familiarità con le fonti, rispetto alla loro affidabilità e onestà, e la quantità, la varietà e l'autorevolezza di ogni fonte che si riesce a trovare e convincere a parlare.
3. La documentazione.

La tecnologia ha cambiato le modalità applicative di questi tre fattori: il ciclo ininterrotto dell'informazione e l'avvento dei social media e dei contenuti prodotti dagli utenti c'impongono di seguire gli eventi mentre vanno evolvendo, costringendoci a prendere rapide decisioni sulla sufficiente verifica di una notizia; gli strumenti digitali ci offrono nuovi modi per identificare e raggiungere le fonti; i database e gli onnipresenti smartphone con fotocamere ci consentono di accedere a una quantità incredibile di documentazione. L'uso efficace delle tecnologie garantisce la verifica accurata, insieme all'impegno ad applicarne gli standard tradizionali.

La necessità della verifica nasce dalla semplice constatazione che tante delle nostre fonti potrebbero sbagliarsi. Alcune possono mentire con malizia, altre diffondono innocentemente false informazioni. Probabilmente hanno lacune mnemoniche o vuoti di contesto o di comprensione. Potrebbero trovarsi in pericolo e impossibilitate a raccontare tutto ciò che sanno, oppure incapaci a considerare il quadro completo degli eventi man mano che prendono piede.

Il nostro lavoro non è ripetere a pappagallo quanto raccontano le nostre fonti, bensì

metterle in dubbio, fare controlli incrociati tra quanto ci propongono loro e altre fonti affidabili, estirpare dal nostro lavoro (prima venga pubblicato, mappato o trasmesso) gli elementi falsi o non adeguatamente verificati.

Ognuno dei potenziali percorsi di verifica presenta dei difetti. In molti casi, specialmente nei casi d'emergenza, le fonti ufficiali abbondano e si possono reperire fonti di prima mano, ovvero coloro che hanno assistito - o forse anche partecipato - agli eventi in questione. Ma può anche trattarsi di resoconti lacunosi.

Nel 2006 il governatore della West Virginia, Joe Manchin, disse ai giornalisti che 12 su 13 dei minatori rimasti bloccati sottoterra erano stati [salvati dalla miniera di Sago](#). Quale giornalista non sarebbe corso a dare una simile notizia?

Ma il governatore si sbagliava. Dodici minatori erano morti, solo uno era stato salvato. Il governatore si era fidato dei racconti di seconda e di terza mano, senza chiedersi come facessero costoro a sapere che i minatori erano vivi. Dobbiamo mettere in discussione quelle che sembrano fonti autorevoli con la stessa decisione usata per verificare tutte le altre.

Nuovi strumenti

La documentazione si è evoluta grazie alla tecnologia. Non avrei mai avuto accesso al video che mi ha consentito di smentire quella leggenda sportiva nel 1996 qualora avessi tentato di ricostruire la vicenda 15 anni prima (pur se forse avrei potuto trovarlo nell'archivio dell'emittente televisiva locale). E negli anni trascorsi da quando guardai quel video per la verifica, l'ampia diffusione di cellulari e telecamere di sicurezza ha aumentato a dismisura la quantità e l'importanza della documentazione video. Ma la facilità con cui è possibile modificare i video digitali ha dato nuovo impulso anche allo scetticismo. Senza contare che, naturalmente, ogni video riprende soltanto una parte della storia.

La tecnologia ha anche trasformato il modo con cui troviamo e utilizziamo le fonti e le informazioni. Mentre partecipanti e testimoni a certi eventi condividono i racconti con parole, foto e video sui social media o sui blog, i giornalisti possono individuarli rapidamente e mettersi in contatto con loro grazie a strumenti di ricerca digitale e altre tecnologie, oppure ricorrendo al crowdsourcing.

Questi nuovi strumenti possono risultare assai efficaci se usati per rispondere a quelle due solite domande: «Come fanno a saperlo?», «Forse l'hanno saputo in qualche *altro* modo?».

E quell'antico adagio sulla verifica dell'amore della mamma? Ho cercato di risalire alla fonte originale (il vecchio Chicago City News Bureau) tramite alcuni riferimenti online:

[Chicago Tribune](#), [AJR](#) e [The New York Times](#). Anche qui, però, la leggenda complica la verifica. Secondo un articolo pubblicato nel 1999 dal [Baltimore Sun](#) a firma Michael Pakenham, la leggenda attribuisce quel monito al caporedattore notturno, [Arnold Dornfeld](#) (citato in tre degli articoli di cui sopra), ma «lo stesso Dornie aggiunse che fu un altro caporedattore anziano, [Ed Eulenberg](#) a menzionare l'adagio per primo».

È assai probabile tua madre ti voglia bene, proprio come sostiene. Puoi verificarlo intervistando i suoi amici e la famiglia, cercando foto e video in cui dimostra il suo amore per te. Meglio se trovi pure qualche lettera o messaggio su Facebook in cui parla di te. Documenta i regali e le azioni che ne dimostrano l'affetto. E poi fai la stesso con ogni articolo, ogni evento e ogni progetto a cui stai lavorando.

Caso di studio 2.1: Usare i social media come una radio della polizia



Anthony De Rosa produttore digitale per The Daily Show, direttore di [Circa News](#), testata pensata specificamente per i dispositivi mobili [chiusa nel giugno 2015 per motivi economici], è stato editor per i social media alla Reuters e vanta 15 anni di esperienza in aziende quali Newmark Knight-Frank, Merrill Lynch, Bristol-Myers Squibb e Reuters Media. Nel 2011, ha vinto il premio per la Best Storytelling Innovation della Reuters per la cronaca di eventi dal vivo via blog e social media seguito da un premio giornalistico indetto da el Mundo. Twitter: @[AntDeRosa](#).

Anche quando usiamo mezzi diversi per raccogliere le informazioni, i principi della verifica vanno applicati comunque. Mettere alla prova quello che vediamo e ascoltiamo, impegnarsi per verificare ogni fonte, cercare di parlare con fonti di prima mano o ufficiali – questi i modi migliori per un'informazione accurata.

A Circa News, seguiamo [seguivamo] le notizie dell'ultim'ora da tutto il mondo, ma pubblicavamo soltanto quelle che riuscivamo a confermare. Ciò impone massima attenzione ai social media e partire da lì per verificare i fatti.

Ricordiamoci che i social network vanno trattati come ogni altra fonte d'informazione: con estremo scetticismo.

In generale, considero le notizie alla stessa stregua della radio su una pattuglia della polizia. Tanti messaggi che ascolto passare, ma ne utilizzo ben pochi. Uso quelle informazioni come un'apripista per poi proseguire in maniera tradizionale. Faccio telefonate, mando email e contatto fonti di prima mano in grado di confermare quanto sto sentendo od osservando (o meno).

Nel caso della sparatoria nell'aeroporto di Los Angeles nel 2013, per esempio, abbiamo seguito i resoconti forniti dai testimoni oculari e poi contattato la polizia, l'Fbi e il medico legale di Los Angeles. Se non riuscivamo a verificare in modo indipendente quanto vedevamo e sentivamo, rinunciavamo a pubblicare quella notizia.

Anche nei casi in cui le maggiori testate giornalistiche diffondevano informazioni, noi dovevamo confermarle tramite fonti di prima mano prima di pubblicarle. Spesso le testate

citano fonti anonime nell'ambiente della polizia, come abbiamo visto nel caso della bomba alla maratona di Boston, il massacro al Navy Yard di Washington del 2013 o quello alla scuola elementare di Newton in Connecticut nel 2012 o altre situazioni simili: spesso le fonti anonime delle autorità risultano inaffidabili.

Usare TweetDeck per monitorare gli aggiornamenti

Se i social media sono la ricetrasmittente della polizia, TweetDeck è la vostra radio. Ci vuole poco a creare un pannello di controllo personalizzato per seguire e monitorare i flussi di aggiornamento.

Io preparo in anticipo vari elenchi di utenti Twitter da seguire rispetto a situazioni specifiche. Tra questi ci sono gli account della polizia delle maggiori città, di reporter e testate locali affidabili, di giornalisti specializzati. Organizzo questi elenchi nelle colonne di TweetDeck e procedo con ricerche mirate, oppure ne seguo semplicemente il flusso continuo.

Un piccolo aereo atterra nel Bronx

Ecco come ho usato le ricerche su TweetDeck quando, nel gennaio 2014, un piccolo aeroplano ha effettuato un atterraggio d'emergenza su una superstrada del Bronx – seguendo il flusso di notizie, confrontandole e verificandole con quanto vedevo scorrere.

A un certo punto ho notato che nella mia colonna principale apparivano tanti tweet che parlavano di un aereo atterrato sulla Major Deegan Expressway, nell'area del Bronx a New York, evento tutt'altro che normale.



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

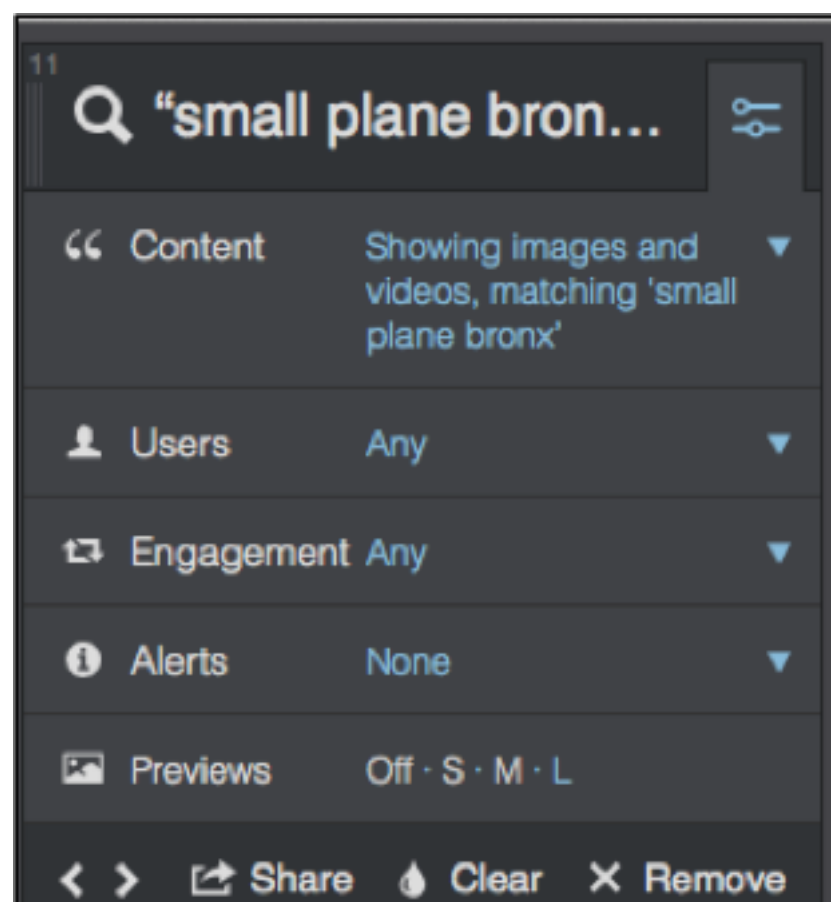
FAVORITES



12:28 PM - 4 Jan 14

L'atterraggio era avvenuto intorno alle 15:30, ora di New York (Eastern Standard Time, mentre il tweet è impostato sul Pacific Standard Time californiano). Era stato uno dei primi tweet a segnalarlo. In genere seguo un paio di account basati a New York, che è un po' come sintonizzarsi sulle onde radio delle pattuglie della polizia in zona. Non volevo pubblicare alcunché prima di averlo verificato, e simili account sono utili per monitorare potenziali allarmi da indagare meglio.

Dopo aver notato i primi rilanci, ho impostato su Tweetdeck una ricerca finalizzata soltanto ai tweet con immagini e video. Ho usato le parole chiave "small plane" [piccolo aereo] e "Bronx".





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



Come si vede sopra, fonti locali credibili stavano già parlando dell'atterraggio dell'aereo, con le annesse immagini. Ho trovato ulteriori informazioni e foto tramite una ricerca più ampia, su tutti i tweet geolocalizzati in un raggio entro i 10 km. da New York,

con le stesse parole chiave: "small plane" e "Bronx":

11

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

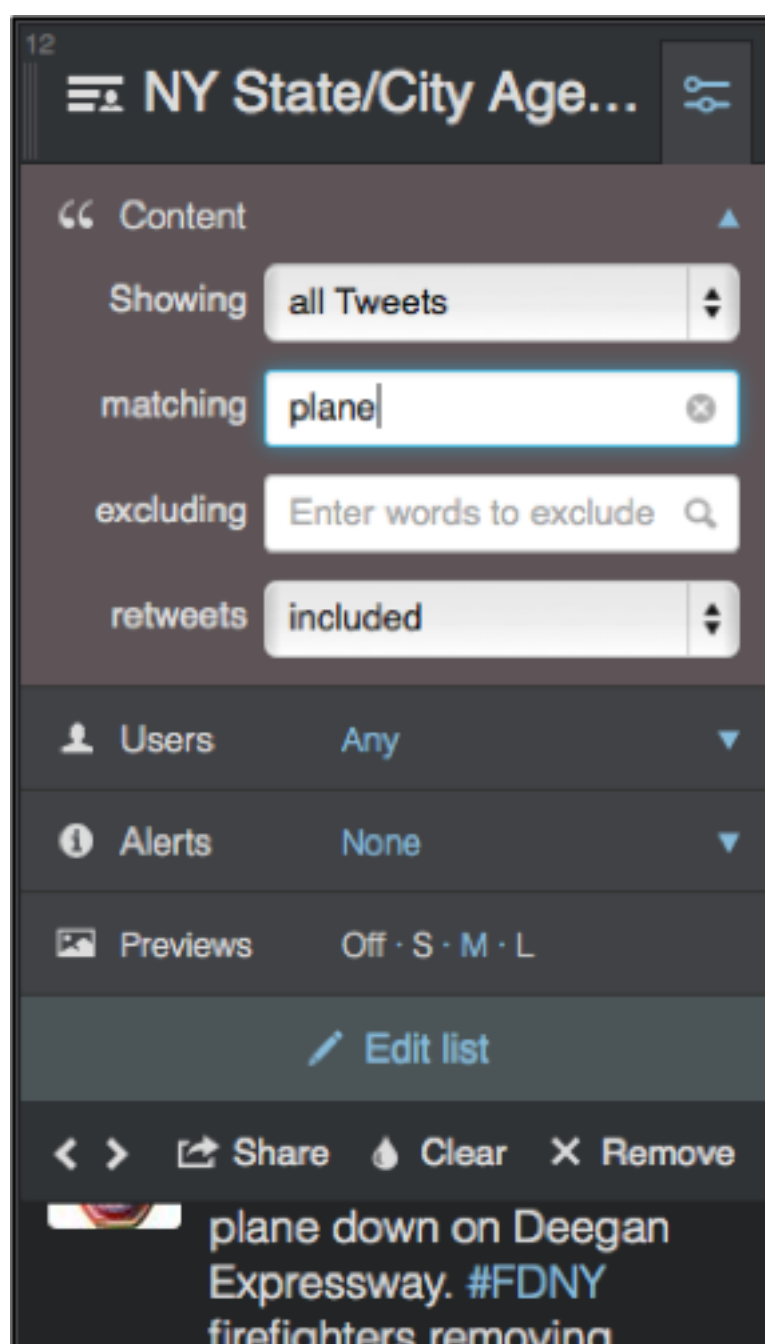


soulupdates @soulu... 53s

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



Poi ho cercato nelle mie liste specializzate contenenti gli account verificati delle agenzie di pronto intervento cittadine e statali di New York, sempre con i filtri di geolocalizzazione. Queste fonti credibili hanno contribuito a confermare i fatti (come si vede sotto).



firefighters removing
plane's fuel.
pic.twitter.com/a4xcEALmj
r



Open



FDNY @FDNY 1h

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



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

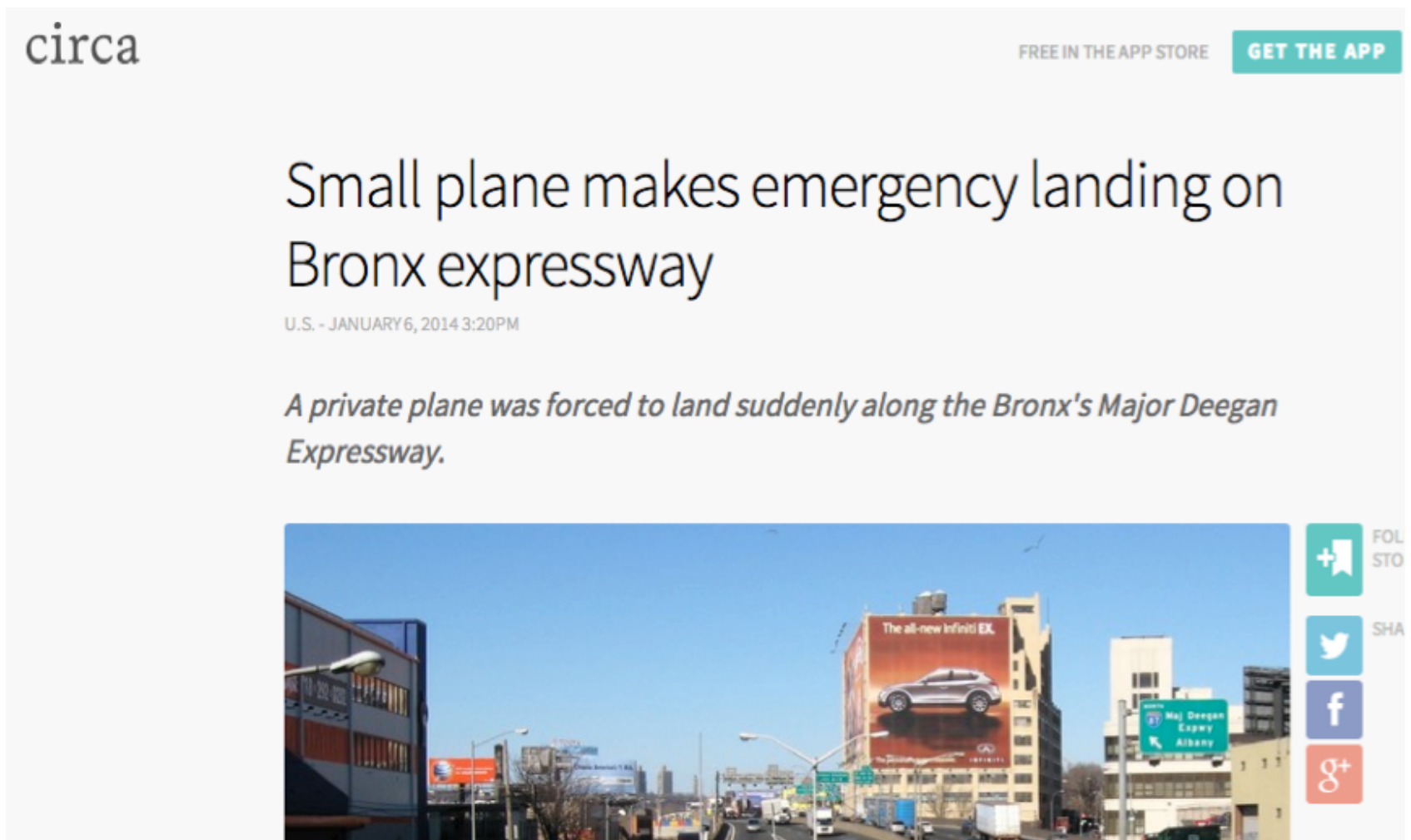


Open

A quel punto ho contattato l'ufficio stampa dei vigili del fuoco per confermare quanto vedevo e per chiedere ulteriori dettagli. Mi hanno riferito che c'erano solo 3 persone a bordo, due passeggeri e un pilota. Poi abbiamo scoperto la marca e il modello del velivolo, il nome dell'intestatario e l'ospedale in cui avevano portato i due passeggeri e

il pilota. I social media ci hanno indirizzato verso i fatti, ma abbiamo trovato i dettagli alla vecchia maniera.

Ritenendo di avere abbastanza informazioni credibili per partire, abbiamo pubblicato il pezzo (sotto). Circa è [era] un'app che permette ai lettori di seguire un evento e ricevere notifiche per i continui aggiornamenti. In genere, costruiamo la storia man mano che abbiamo verificato i fatti e proseguiamo con gli aggiornamenti. TweetDeck ci consente di anticiparne gli sviluppi e identificare le voci affidabili (forze dell'ordine, fonti di prima mano) da contattare per confermare la validità di quanto scorreva sui social media. A volte contattiamo direttamente la persona che lancia il tweet per capire se sia affidabile o meno.



Costruire un solido dossier probatorio

L'informazione che scorre sui social media dovrebbe essere soltanto il primo passo nel processo di verifica su quanto è accaduto, piuttosto che la parola finale.

Il segreto sta nell'osservare attentamente, raccogliere le informazioni e metterle a confronto con altri contenuti per costruire un efficace dossier probatorio. In qualche modo tali informazioni devono essere corroborate, contattando direttamente gli autori o gli osservatori delle notizie che andate scoprendo man mano.

Come ho già detto, i social media vanno usati come le radio-trasmittenti della polizia.

Capitolo 3: Verificare i contenuti prodotti dagli utenti



Claire Wardle è impegnata in un progetto di ricerca sui contenuti prodotti dagli utenti e il giornalismo televisivo presso il Tow Center della Columbia University. Nel 2009 ha ideato il programma di aggiornamento professionale della BBC sui social media e ha insegnato a giornalisti di tutto il mondo come cercare e verificare le notizie sui social media, mentre negli ultimi due anni ha collaborato con [Storyful](#). Claire ha ottenuto il Ph.D. presso la Annenberg School for Communication della Pennsylvania University. Blog: clairewardle.com; Twitter: [@cward1e](#).

In meno di un decennio, la raccolta delle informazioni è stata trasformata da due importanti rivoluzioni.

La prima riguarda la tecnologia mobile. La svolta cruciale arrivò nell'estate del 2013: per la prima volta, [oltre la metà \(il 55 per cento\) dei nuovi cellulari venduti nel mondo erano degli smartphone](#).

Per definizione, uno smartphone consente agli utenti di produrre foto e video di alta qualità, oltre che collegarsi a internet per disseminare tali immagini. Di conseguenza, un numero sempre maggiore di persone porta in tasca con sé il necessario per filmare quanto gli accade intorno e lo condivide direttamente con chi può esservi interessato e, in maniera ben più ampia, sui social network.

Il secondo passo, complementare al primo, è stato l'avvento del social web. Quando la BBC lanciò la piattaforma per i contenuti prodotti dagli utenti, all'inizio del 2005, questa dipendeva dai materiali inviati a un indirizzo email centralizzato. All'epoca Facebook aveva appena 5 milioni di utenti, rispetto a circa il miliardo e mezzo odierno [al marzo 2015]. YouTube e Twitter non esistevano ancora. Oggi, ogni minuto del giorno [su YouTube si caricano 100 ore di video auto-prodotti] (<https://www.youtube.com/yt/press/en-GB/statistics.html>), condividiamo 250mila tweet e 2,4 milioni di contenuti su Facebook.[^1] Il comportamento degli utenti è mutato in maniera sostanziale.

[^1]: Queste statistiche cambiano rapidamente, i dati qui riportati sono ripresi da un'infografica del 2014 che tenta di misurare le attività in corso sui social network più popolari <http://blog.qmee.com/online-in-60-seconds-infographic-a-year-later/>

Anziché filmare qualcosa e sottoporlo a qualche testata soltanto dietro specifica richiesta, la gente filma quello che vede in giro e lo carica su Facebook, YouTube, Twitter, ecc. Le ricerche hanno mostrato che pochi tra il pubblico conoscono a sufficienza il processo dell'informazione per considerare il loro materiale abbastanza interessante da sottoporlo, senza alcuna richiesta preventiva, a qualche testata o altre strutture. ². Essenzialmente, gli utenti caricano materiale online per condividere le proprie esperienze con amici e familiari.

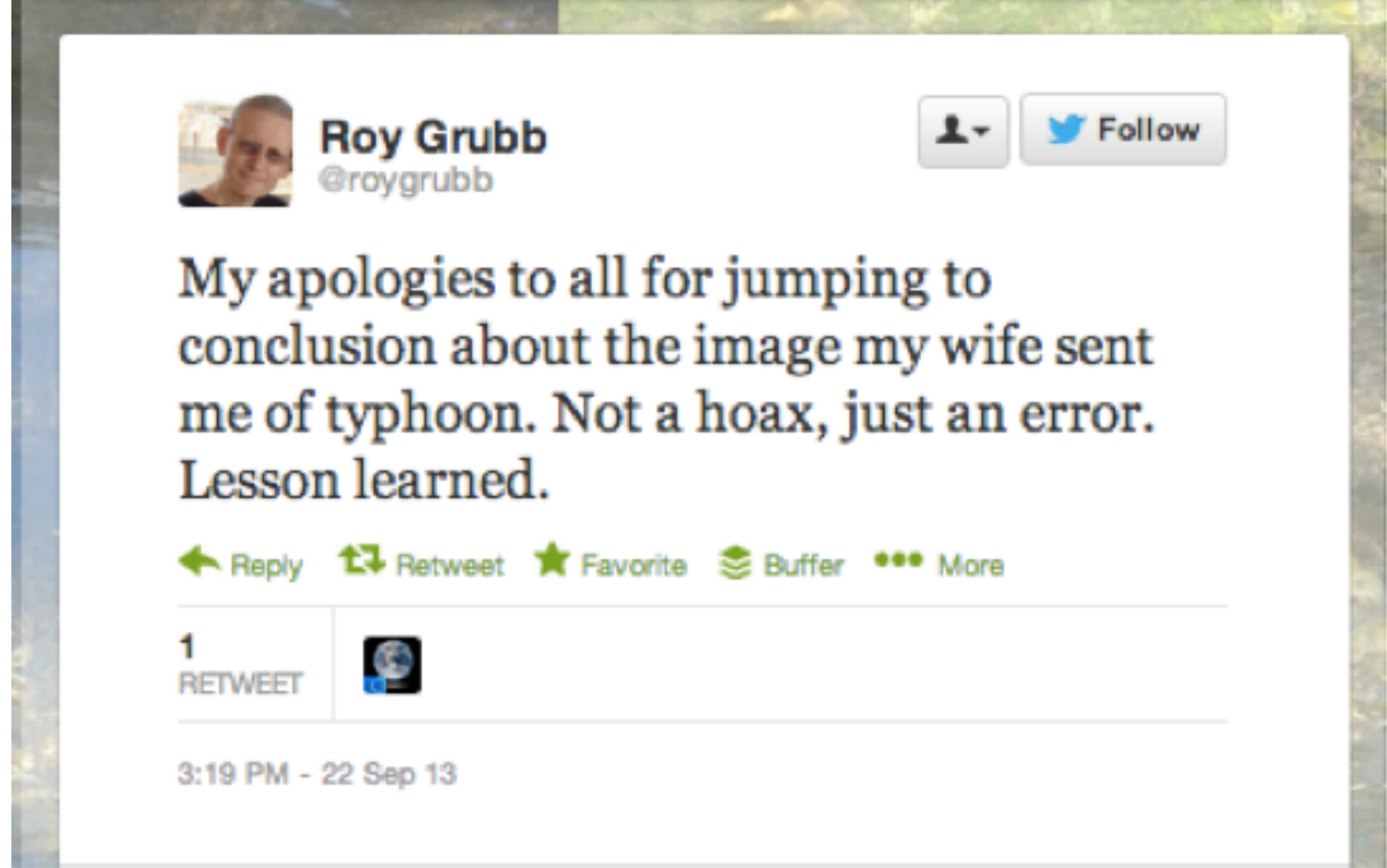
Sempre più spesso, in ogni parte del mondo qualsiasi evento notiziabile attira “giornalisti casuali”: persone che si trovano nel posto giusto al momento giusto con lo smartphone in mano. Come [scrive](#) Anthony De Rosa, responsabile di Circa News [testata chiusa nel giugno 2015 per motivi economici]: «Il primo pensiero degli utenti non è certo ‘devo condividerlo con una grossa rete d'informazione televisiva’, semplicemente perché non gli importa granché di queste reti TV tradizionali o forse non le hanno mai sentite nominare. Di internet invece ne sanno abbastanza ed è qui che scelgono di condividere i loro video con il mondo».

Analogamente, in occasione di importanti eventi in corso, il pubblico è sempre più portato a seguire gli aggiornamenti sui social network, come anche le organizzazioni umanitarie e le squadre di soccorso. Purtroppo, questi grandi eventi d'attualità portano con sé anche una certa disinformazione, sia per errore sia in maniera deliberata. Di conseguenza, giornalisti e operatori dei diritti umani dovrebbero sempre partire dall'assunto che questi materiali non siano completamente veritieri. Durante le emergenze, quando le informazioni possono veramente essere questione di vita o di morte, la verifica è una parte cruciale del processo di raccolta e diffusione delle informazioni.

L'importanza della verifica

Visto che chiunque può caricare su internet contenuti di qualsiasi tipo ed etichettarli o descriverli come se si riferissero a eventi reali, molti giornalisti, e particolarmente i redattori, temono continuamente di essere vittime di bufale o contenuti falsificati.

È vero che qualcuno cerca espressamente di prendersi beffa delle testate giornalistiche e del pubblico, creando falsi siti o account fittizi su Twitter, alterando le immagini con Photoshop o modificando a piacimento i video. Ben più spesso, però, si tratta di errori involontari. Capita spesso che qualcuno, pensando di essere utile alla causa, trova contenuti relativi a vecchie notizie e li condivide al volo. Nell'esempio qui di seguito, un utente si scusa dopo aver [rilanciato su Twitter una foto](#) inviatagli dalla moglie via email: secondo quest'ultima, la foto mostrava il tifone Usagi in avvicinamento verso Hong Kong, ma in realtà si trattava di una vecchia foto relativa a un altro evento.



Ci sono poi individui che scaricano contenuti da YouTube e li ricaricano sui propri account, rivendicandone la proprietà e sollevando così altri problemi. Non si tratta di bufale (è un fenomeno noto come "scrape"), ma ciò comporta maggior lavoro per individuare chi ha effettivamente caricato i contenuti originali.

La difficoltà di trovare il filmato originale è emersa quando la commissione sull'Intelligence del Senato statunitense [pubblicò un elenco di 13 video](#) apparsi inizialmente su YouTube e usati come prova dell'uso di armi chimiche a East Gouta, in Siria, nel 2013. Alcuni di questi video erano stati ripresi da un canale siriano su YouTube alquanto noto, che aggregava e ripubblicava i contenuti di canali altrui. Si trattava cioè di un caso di "scrape", non erano quelli i video originali. Applicando le tecniche di verifica, Félim McMahon di Storyful è poi riuscito a risalire alle versioni originali, descrivendo il [procedimento seguito](#). Quest'esempio conferma il fatto che simili faccende non riguardano più soltanto il mondo dell'informazione.

Controlli di verifica

La verifica delle fonti è una competenza chiave, resa possibile da strumenti online gratuiti e tecniche giornalistiche tradizionali. Nessuna tecnologia può verificare automaticamente i contenuti prodotti dagli utenti con un tasso di sicurezza del 100%. Neppure l'occhio umano e le indagini tradizionali possono riuscirci da soli. Occorre un misto di entrambe le cose.

Quando un giornalista o un operatore umanitario trova certe notizie o contenuti sui social media, oppure gli vengono recapitati via email, deve impegnarsi a identificare quattro elementi primari:

1. Provenienza: trattasi di materiale originale?
2. Fonte: chi lo ha caricato?
3. Data: quando è stato creato?
4. Luogo: dove è stato creato?

1. Provenienza: confermare l'autenticità dei contenuti

Quando si trova materiale su un certo profilo di un social network, bisogna procedere ad alcuni controlli per assicurarsi innanzitutto che si tratta di un profilo vero.

Nel caso di Twitter, facciamo attenzione a siti come lemmetweetthatforyou.com, che rendono facilissimo creare un tweet fittizio da condividere poi come immagine.

Un altro modo per rilanciare una notizia falsa su Twitter è presentandola come un ri-tweet. Per esempio: «Davvero? RT@JoeBiden annuncio il mio ritiro dalla politica» – sembra il semplice ri-tweet di un tweet originale.

Spesso un account falso presenta la spunta blu della verifica ufficiale sulla foto del profilo, onde confermarne la legittimità. Per controllare se la spunta è stata effettivamente inserita dal sistema, basta posizionarvi sopra il cursore e apparirà “account verificato”. Se così non è, si tratta di un account non verificato.

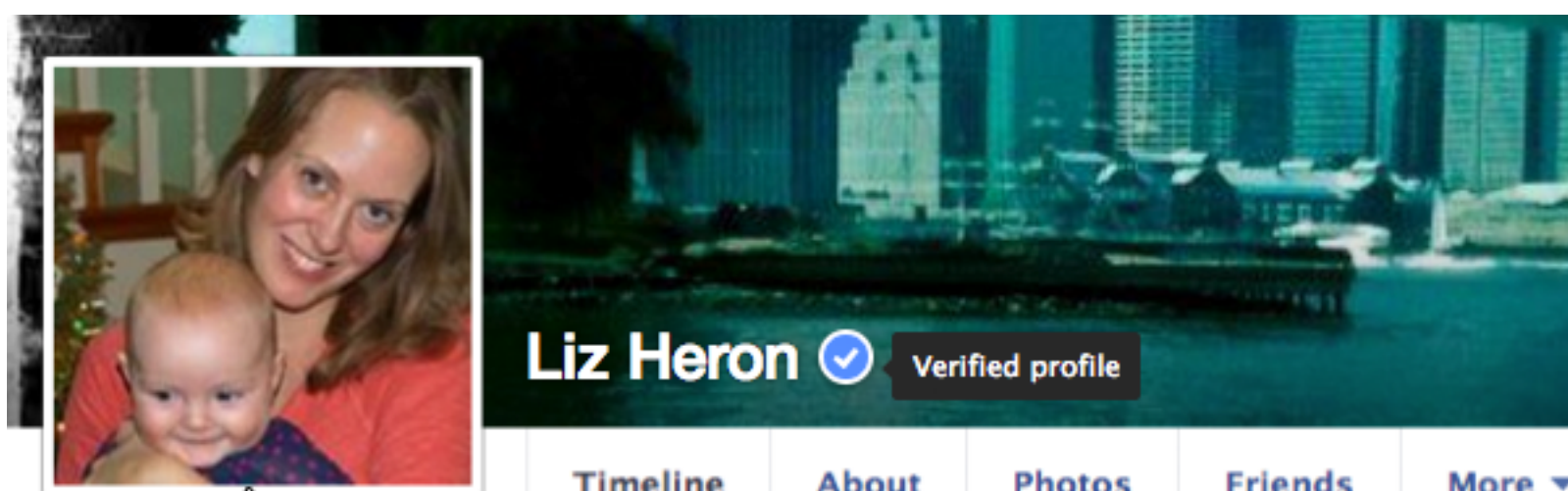
Analogo il sistema introdotto da Facebook rispetto a persone famosi, giornalisti e istituzioni governative, usando lo stesso sistema della spunta blu, che possono apparire sia sulle pagine interne sia su profili personali. Come per Twitter, è Facebook a gestire il processo di verifica e a decidere quali richieste accettare. Per esempio, nella pagina Facebook di Usain Bolt riportata sotto, la spunta blu compare subito sotto la foto di copertina, di fianco al nome dell'utente.



Sui profili personali, la spunta appare invece direttamente sulla foto di copertina. Questo è il profilo di Liz Heron, responsabile dei media emergenti al Wall Street Journal:



È utile notare che, come già su Twitter, a volte qualcuno aggiunge la spunta blu con Photoshop. Anche su Facebook basta dunque passarvi sopra con il cursore e comparirà la scritta "profilo verificato", nel caso ciò sia vero.



Ma come accade con Twitter, va tenuto a mente che il processo di verifica degli account non è affatto trasparente. Quindi, nel caso di persone poco famose, non è detto che l'assenza della spunta significhi che il profilo è falso, ma forse soltanto che trattasi di qualcuno non abbastanza famoso per essere verificato.

Eppure, anche a fronte di questi sistemi di verifica ufficiale, non c'è una soluzione veloce per stabilire con certezza se un account è vero o falso, se non quello di controllare scrupolosamente ogni elemento del profilo. I dettagli da tenere d'occhio sono i siti linkati, le località, le foto e i video, gli aggiornamenti di stato oppure i tweet precedenti. Chi sono i follower o gli amici? Quali gli account seguiti? Sono presenti sulle liste di qualcun altro?

Se stiamo cercando contenuti fotografici o video, una delle prime questioni da chiarire è se si tratta o meno di materiale originale. Usando strumenti di ricerca inversa per immagini, quali TinEye o Google Images^[^3], è possibile stabilire se è già apparso online. (Per maggiori dettagli sull'uso di questi strumenti, si rimanda il capitolo 4).

[^3]: Un giornalista dovrebbe sempre verificare con entrambi gli strumenti. A volte si scopre qualcosa con uno ma non con l'altro.

Pur se rare, talvolta ci s'imbatte in bufale costruite ad arte. Negli ultimi anni video-

bufale relativamente innocue sono state prodotte da [agenzie pubblicitarie in cerca di visibilità](#), o da [prossimi laureandi](#). Non sono mancati i tentativi di creare deliberatamente contenuti falsi, in particolar modo in Siria e in Egitto, dove si cerca d'incolpare il "nemico" tramite materiale apparentemente credibile diffuso sui social media.

Le tecniche vanno dalla creazione di siti web fittizi ma quasi identici all'originale per [rivendicare attentati terroristici](#), fino alla messa in atto di orrendi attacchi per poi affibbiarne la responsabilità alla parte avversa. Oggi la manipolazione è relativamente semplice, e che si tratti di Nancy Pelosi impegnata a [fare una foto con tutte le donne del Congresso Usa](#), anche se qualcuna arriva in ritardo, oppure di un gruppo di ribelli siriani che condividono il video di un [uomo che sembra bruciare vivo](#), qualsiasi giornalista od operatore umanitario dovrebbe sempre partire dal presupposto che tutti i contenuti realizzati dagli utenti siano fasulli. (Per ulteriori dettagli sulla verifica dei video, si rimanda al capitolo 5).

2. Confermare la fonte

L'obiettivo più importante nella verifica dei contenuti prodotti dagli utenti è quello di individuare gli autori originari e mettersi in contatto con loro. Nello scambio che ne segue, il punto chiave è stabilire dove si trovava chi ha girato il video, cosa riusciva a vedere e il tipo di videocamera usata. (Questi dettagli ci forniscono informazioni essenziali per rispondere alla domanda chiave proposta nel capitolo precedente da Steve Buttry, ovvero «Come fai a saperlo?»)

Se qualcuno sta cercando di far circolare informazioni false, in maniera deliberata o meno, porre domande dirette spesso porta all'ammissione che non sono loro gli autori. È anche possibile fare controlli incrociati tra le risposte e i dati EXIF estraibili dalle immagini, oppure confrontando i video di una località specifico con le immagini di Google Street View, come spiegheremo in dettaglio nei capitoli successivi.

Prima di tutto bisogna comunque trovare chi ha realizzato e caricato quel materiale. Talvolta ciò somigliare a una indagine investigativa vecchia maniera e probabilmente ci farà sentire più simili a uno 'stalker' che a un giornalista o a un ricercatore.

C'è chi inserisce dettagli personali sui proprio profili social, e un nome reale (specialmente se non troppo comune) può rivelarsi una miniera d'informazioni. Trascorrendo sempre più tempo sui vari social network, spesso si tende a ignorare che è possibile integrare fra loro tali dettagli per mettere a punto un significativo dossier personale. Un profilo YouTube con poche informazioni e il link a un sito web può bastare a un giornalista per trovare indirizzo, email e numero di telefono, per esempio tramite il servizio who.is.^[4]

[^4]: Questi due post di Malachy Browne, redattore di Storyful, spiegano come è riuscito a risalire a due autori originali tramite le informazioni trovate sui social media: <http://blog.storyful.com/2012/10/09/find-that-fireball-when-journalist-turns-stalker/> e <http://blog.storyful.com/2013/04/16/finding-facts-in-the-heat-of-the-moment/>

3. Confermare la data

La data (e l'orario) di un video è una delle informazioni più complicate da verificare. Alcuni attivisti che ne sono ben consapevoli includono nei filmati un quotidiano con la data del giorno ben visibile. Non è certo a prova di bomba, ma se l'autore diventa conosciuto e affidabile rispetto a testate giornalistiche od organizzazioni umanitarie, questa è senz'altro un'informazione preziosa in più.

Attenzione: i video di YouTube sono contrassegnati in base al fuso orario del Pacifico [PST, nove ore in meno rispetto all'Italia, CET]. Motivo per cui a volte potrebbe sembrare che un video sia stato pubblicato addirittura prima dello stesso evento.

Un altro modo per confermare la data è ricorrere alle previsioni meteorologiche. [Wolfram Alpha](#) è un motore di ricerca che, tra le altre cose, permette di scoprire che tempo faceva in una certa zona in un giorno specifico. (Basta inserire una semplice frase tipo: «Che tempo faceva a Caracas il 24 settembre 2013», ovviamente in inglese: «What was the weather in Caracas on September 24, 2013») per avere la risposta giusta. È inoltre possibile combinare queste informazioni con i tweet e altri dati ripresi dalle previsioni meteo locali, o anche da altri file caricati dalla medesima località in quella stessa giornata.

4. Confermare la località

Soltanto una piccola parte dei contenuti online vengono geolocalizzati automaticamente, ma grazie ad apposite piattaforme (Google Maps, Google Earth, Wikimapia, ecc.) è possibile individuare la posizione video- o foto-camera. Questo è uno dei primi passaggi da fare per verificare video e foto, e si rivelano incredibilmente efficaci[^5]. Ovvio tuttavia che la geolocalizzazione si fa più complicata quando le mappe non sono aggiornate – come per esempio in Siria a causa della guerra e dei bombardamenti, oppure come a Long Island, a New York, dopo l'uragano Sandy.

[^5]: Si veda questo post sulla geolocalizzazione di un carro armato in Siria: <http://blog.storyful.com/2013/03/13/the-changing-nature-of-conflict-and-technology/>

Spesso gli attivisti, consapevoli dei problemi inerenti alla verifica delle fonti, fanno una foto panoramica prima o dopo aver registrato il video per identificare un edificio facile da individuare su una mappa, per esempio una torre, un minareto, una cattedrale, oppure un cartello stradale. Questa pratica si è diffusa tra gli attivisti grazie alle

richieste in tal senso da parte delle testate giornalistiche ^[^6], ma anche perché gli stessi attivisti che si scambiano continuamente informazioni su come [migliorare il lavoro sul campo](#) quando si tratta di caricare contenuti auto-prodotti.

^[^6]: Si veda la ricerca di Harkin a pagina 31.

La verifica come processo

Sfortunatamente, spesso si considera la verifica come una scelta binaria sì/no: quel dato è stato verificato oppure non è lo stato.

In pratica, come descritto sopra e nei capitoli successivi, la verifica è un processo continuo. È relativamente raro che tutte le operazioni descritte portino a risposte chiare. Quella di pubblicare o meno certi materiali rimane quindi una decisione editoriale.

Due recenti studi accademici hanno analizzato il processo applicato nelle redazioni della BBC araba e di Al Jazeera. Il risultato è che, pur se le verifiche si fanno e sono considerate assolutamente necessarie, raramente i relativi esiti vengono condivisi con il pubblico.

Citando la conclusione di Juliette Harkin nel suo [studio del 2012](#), «né la BBC araba né Al Jazeera menzionano esplicitamente in nessuno dei programmi o prodotti video che hanno proceduto a valutare se certe fonti fossero affidabili o meno. La classica frase in sovraimpressione “non è stato possibile verificare questo contenuto” era assente in tutti i programmi presi in considerazione per questo studio»^[^7].

^[^7]: Si veda la ricerca di Harkin a pagina 31.

Ultimamente si sono registrati dei miglioramenti rispetto alla trasparenza nei confronti del pubblico sulle verifiche compiute dai giornalisti sui contenuti prodotti dagli utenti per la produzione di notizie. L'Associated Press e la BBC sono impegnate a chiarire sempre meglio il processo di verifica interno; nell'agosto del 2013, la BBC [spiegò](#) che, a partire da un ampio studio [sull'uso dei contenuti prodotti dagli utenti durante le primavere arabe](#), l'emittente aveva «adottato nuove regole per l'utilizzo di tali contenuti quando la verifica indipendente è impossibile», per poi informare i lettori al riguardo.

È probabile che nel giro di pochi anni emergerà una nuova grammatica della verifica, con il pubblico che vorrà essere tenuto al corrente sui dettagli dei contenuti prodotti dagli utenti e ripresi dai social media. Oggi che i lettori hanno accesso agli stessi materiali dei giornalisti e di altri che pescano dai social media, diventa anzi urgente arrivare a questo livello di trasparenza e affidabilità.

Caso di studio 3.1: Monitoraggio e verifica delle elezioni parlamentari in Ucraina



Anahi Ayala Iacucci è consigliera per l'innovazione presso l'[Internews Center for Innovation & Learning](#) e l'Internews Humanitarian Media Project. Negli ultimi quattro anni ha lavorato nel campo dell'applicazione delle nuove tecnologie alle crisi umanitarie, agli sviluppi mediatici, alla prevenzione dei conflitti e ai diritti umani per diverse organizzazioni, tra cui Banca Mondiale, Nazioni Unite, NDI e Freedom House. Blog: anahiayala.com, Twitter: [@anahi_ayala](https://twitter.com/anahi_ayala).

In occasione delle elezioni parlamentari ucraine dell'autunno del 2012, [Internews Ukraine](#), una ONG locale finanziata dall'ente non profit [Internews](#), ha curato un progetto per seguire le elezioni nazionali, chiamato Elect.UA. Utilizzava un misto tra crowdsourcing, dispositivi mobili, social media, monitoraggi professionali e mediatici, sia rispetto alla campagna elettorale sia per possibili violazioni o manomissioni dei risultati.

Il progetto poggiava su una struttura abbastanza complessa: 36 giornalisti in giro per il paese producevano resoconti durante la campagna elettorale e nella giornata del voto. Al contempo, i collaboratori di tre diverse organizzazioni di monitoraggio pubblicavano testimonianze dirette sulla medesima piattaforma tramite sms, moduli online ed email. Anche i cittadini vennero invitati a condividere le proprie esperienze tramite i social media (Twitter e Facebook), le tecnologie mobili (sms e un numero verde), un'app per smartphone, dei moduli online e un indirizzo email.

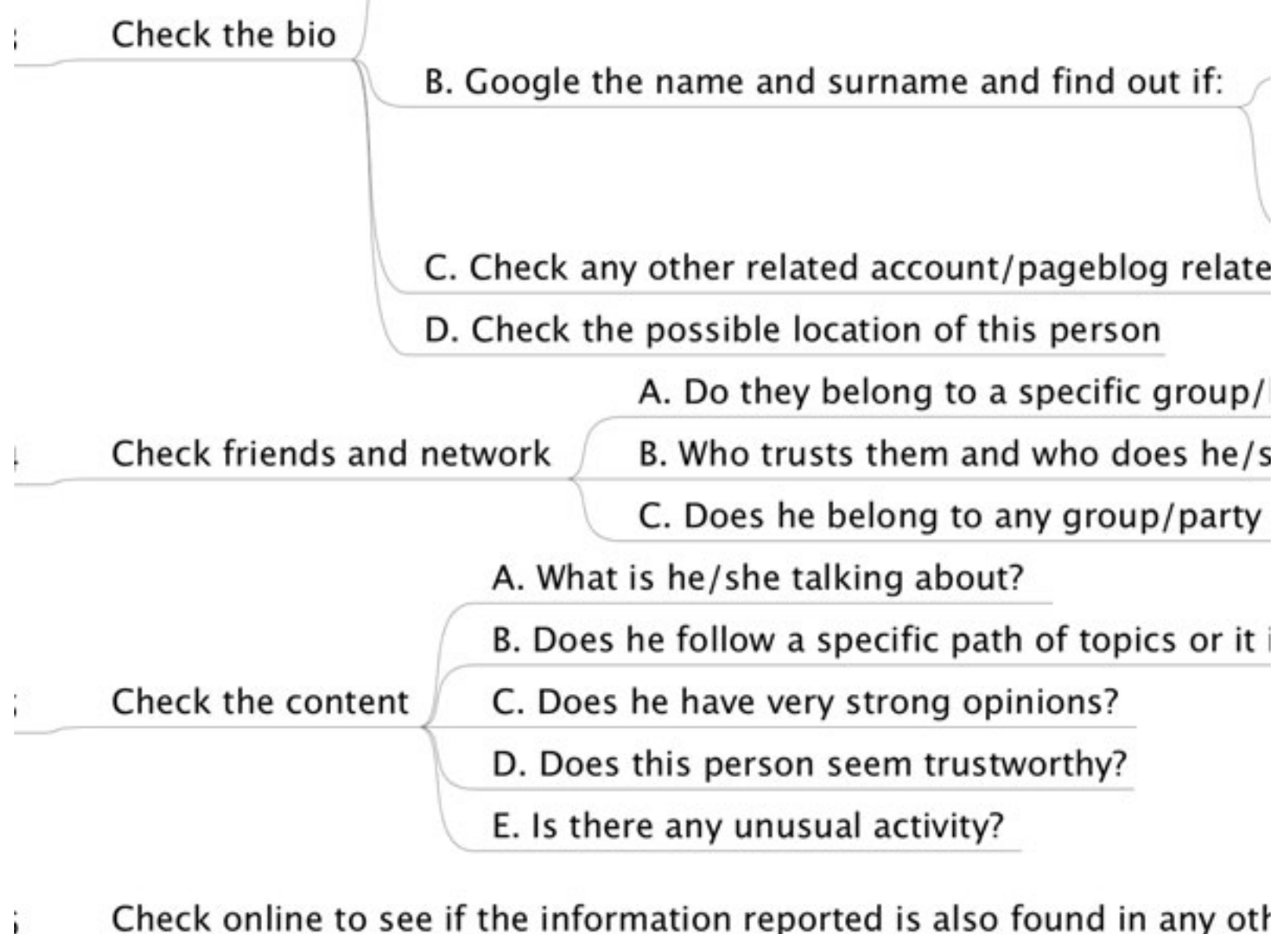


Le informazioni curate dai giornalisti di Internews e dai supervisori venivano automaticamente contrassegnate come verificate, mentre i messaggi provenienti da altre fonti erano passati al setaccio da una squadra di 16 amministratori a Kiev.

Per i messaggi del pubblico, si seguiva un protocollo di verifica basato sulla fonte: dispositivi mobili, social media, modulo online oppure email.

Per ogni fonte, si cercava di verificare e identificare il mittente (quando possibile), il contenuto e il contesto. Per ognuno di questi componenti, la squadra di lavoro provava anche a stabilire quali fossero verificabili al 100 per cento e quali solo in parte.

Per le informazioni raccolte sui social media, l'immagine sotto illustra il modello decisionale ad albero usato dagli amministratori nel processo di verifica.



[Clicca qui per l'intero diagramma](#)

Il primo passo consisteva nel fare ricerche online sulle notizie e sulla loro fonte diretta, per identificare tutte le possibili tracce digitali di quella persona e quel contenuto (esaminando, per esempio, altri account sui social media, menzioni negli articoli, informazioni su università, affiliazioni, ecc.). Obiettivo di queste ricerche era stabilire se l'autore andasse considerato una fonte affidabile e se le sue informazioni erano già reperibili online.

Il secondo passo era quello di usare le informazioni raccolte per creare un profilo dell'autore, come anche dei contenuti forniti. Per ciascuna delle "cinque W" [le domande fondamentali su cui poggia il giornalismo anglosassone: who, what, when, where, why; chi, cosa, quando, dove, perché], gli amministratori dovevano determinare con attenzione quel che poteva essere comprovato o meno.

Per i contenuti multimediali si applicava un analogo protocollo di verifica, dove l'unica differenza era il percorso del contenuto. Le foto e i video venivano verificato cercando dei riferimenti identificabili e analizzandone l'audio (per identificare lingue, dialetti, termini gergali, rumori di fondo, ecc.), i vestiti e le luci (artificiali o naturali) e altri elementi contenutistici.

Quando non si riusciva a convalidare un'informazione con un grado di certezza

sufficiente, la notizia veniva girata a un supervisore o a un reporter sul campo per provare a verificarla di persona.

Per esempio, il 28 settembre 2012, Elect.UA ricevette un messaggio anonimo sul sito web, in cui si diceva che il candidato parlamentare Leonid Datsenko fu invitato ad avere uno scambio verbale con uno sconosciuto, subendone poi l'intimidazione a ritirare la sua candidatura.

Il giorno successivo, gli amministratori della piattaforma trovarono [un articolo](#) su una testata affidabile in cui compariva anche un estratto della conversazione incriminata. Decidemmo di congelare la notizia in attesa della verifica e poi, il 1° ottobre, alcuni giornalisti locali [parlarono dell'incidente in una conferenza stampa](#). I giornalisti di Elect.UA intervistarono anche dei poliziotti che confermarono la verità della notizia.

Complessivamente il gruppo di Elect.UA si trovò a curare e verificare un'enorme quantità di notizie, e più gli amministratori familiarizzavano con i processi di verifica più lavoravano rapidamente. Questo prova che la verifica dei contenuti prodotti dagli utenti è una competenza che può essere sistematizzata e appresa, portando così a risultati efficaci e affidabili.

Capitolo 4: Verificare le immagini



Trushar Barot è redattore associato per i social media presso la [BBC News](#), e negli ultimi 15 anni ha lavorato in varie testate britanniche, a livello di quotidiani, TV, radio, online e social media. Ha contribuito a implementare la strategia e la redazione social della BBC nella sede centrale di Londra. Twitter: [@trushar](#).

Basta un'immagine potente per definire un evento.

Era sicuramente questa l'idea di fondo che animava redazione dedicata ai contenuti prodotti dagli utenti della BBC News all'inizio del luglio 2005. La squadra era stata attivata da appena una settimana con l'obiettivo di organizzare e selezionare i contenuti inviatici dal pubblico per selezionare il materiale migliore da usare in TV, alla radio oppure online.

Poi la mattina del 7 luglio una serie di esplosioni causate da attentatori-suicidi colpirono il sistema di trasporti pubblici di Londra.

Inizialmente la BBC e altre fonti segnarono un sovraccarico di tensione elettrica nella metropolitana, ma il gruppo dedicato ai contenuti prodotti dagli utenti si rese subito conto che si trattava di tutt'altra notizia osservando il materiale che arrivava alla BBC News direttamente dal pubblico.



Questa fu una delle prime immagini giunte in redazione. Venne esaminata con attenzione e l'autore prontamente contattato per verificare la storia e sapere cosa aveva visto. Questa foto, senza volerlo, divenne uno dei primi esempi del processo di verifica dei contenuti prodotti dagli utenti, e ha fatto sì che questa pratica s'imponesse come uno standard per l'intero settore dell'informazione.

Quella e altre immagini sintetizzavano il terrore e il caos a Londra subito dopo le esplosioni. Il risultato fu l'immediato cambiamento della narrativa generale. Si tratta probabilmente del primo caso significativo di un contenuto prodotto dagli utenti rivelatosi decisivo nell'aiutare la BBC a raccontare una notizia così importante in modo più accurato e veloce.

Oggi il team che si occupa dei contenuti prodotti dagli utenti è integrato all'interno della redazione della BBC. I suoi venti giornalisti lavorano tra TV, radio, online e social media per produrre contenuti sulla base del materiale fornito direttamente dagli utenti o ripreso dal web in generale.

La verifica è cruciale per il successo di un simile approccio. La tecnologia è migliorata notevolmente dal 2005, portando alla crescita esponenziale nell'uso dei social network e a smartphone decisamente potenti. Questa evoluzione ha avuto effetti positivi per la nostra ricerca di informazioni, in particolare rispetto alle notizie dell'ultim'ora. Ma ha portato con sé anche delle grosse sfide.

Che si tratti di una testata giornalistica globale autorevole come la BBC oppure di una organizzazione umanitaria che opera sul campo, la velocità nel raccogliere e diffondere le immagini chiave di un evento dell'ultim'ora va bilanciato con il bisogno di assicurarsi che le immagini siano credibili e autentiche. Non solo, occorre altresì garantire il rispetto delle norme regole sul diritto d'autore e quindi bisogna cercare di ottenere l'autorizzazione per l'utilizzo del materiale.

Da quel giorno del 2005, il team dedicato ai contenuti prodotti dagli utenti ha messo a punto alcune strategie utili. E pur se la tecnologia continuerà a evolversi — così come gli strumenti che usiamo per la convalida — i principi base della verifica delle immagini restano gli stessi:

1. Stabilire l'autore o la fonte originaria.
2. Confermare luogo, data e orario approssimativo in cui è stata prodotta l'immagine.
3. Confermare che l'immagine corrisponda a quanto si dice nella didascalia o negli allegati.
4. Ottenere l'autorizzazione dell'autore o della fonte per l'utilizzo del materiale.

Analizziamo ciascuno di questi punti in maggior dettaglio.

1. Stabilire l'autore o la fonte originaria

Il modo più ovvio — e spesso più utile — è contattare chi l'ha caricata e chiedergli se sia lui/lei l'effettivo autore.

Il primo passo è provare a contattarlo attraverso l'account del social network o la email usata per diffondere il materiale, ma è importante cercare di sapere quanto più possibile sulla sua identità. Questi dettagli possono contribuire a stabilire se ne sia lui/lei stesso l'autore o se invece l'ha ripreso da un'altra fonte.

Come sottolineato nel capitolo 3, spesso la gente crede di fare qualcosa di utile divulgando immagini trovate altrove. Ciò accade spesso nelle redazioni, a cui vengono inviate fotografie o filmati da lettori benintenzionati. Chiedere subito al mittente se ne è lui stesso la fonte o meno fa risparmiare parecchio tempo nell'operazione di verifica.

Sebbene la ricerca della fonte originale inizi sempre dalla persona che l'ha caricata online, quasi sempre finisce per portare a qualcun altro, chi ha effettivamente scattato la foto.

Come discusso nelle pagine precedenti, un passo importante è usare servizi quali [Google Reverse Image Search](#) o [TinEye](#). Incollate la URL dell'immagine o una sua copia su uno dei due e partiranno immediatamente a setacciare il web per cercare dei

raffronti. Se emergono tanti link alla stessa immagine, cliccate su “view other sizes” [cerca altri formati] per compiere ricerche più mirate.

Di solito, l'immagine con la risoluzione/dimensione maggiore va considerata quella originale. (Su Google Images, la risoluzione di ogni immagine è scritta di fianco). Una volta trovata l'immagine originale potete confrontarla con quella che avete e vedere se la fonte è autentica.

Molto spesso, per gli eventi in corso, non si trovano immagini specifiche delle persone coinvolte per illustrare la notizia (in particolar modo in quegli eventi che coinvolgono comuni cittadini). In alternativa, meglio confermare che un'immagine in vostro possesso raffiguri esattamente quella persona e non qualche omonimo.

Uno strumento utile allo scopo è Pipl.com, perché consente di incrociare e confrontare informazioni quali nome, utente, indirizzo email e numero di telefono con i dati dei profili online. Per ricerche internazionali, WebMii è un'altra risorsa assai efficace. Anche LinkedIn è un ottimo modo per verificare l'identità di qualcuno e spesso offre altri dettagli che portano a verificare le informazioni in nostro possesso (tramite organizzazioni e aziende a cui sono associati, per esempio).

2. Confermare luogo, data e orario

Ci sono alcune utili tecniche giornalistiche per stabilire informazioni come la data, il luogo e altri dettagli importanti. Il metodo principale per raggruppare queste informazione è parlare con chi ha creato/caricato l'immagine. Trovare risposte a queste cinque domande [mutuate dalle 5W del giornalismo anglosassone già citate] rimane comunque il metodo migliore:

- Chi sono?
- Dove sono?
- Quando ci sono arrivati?
- Cosa possono vedere (e cosa mostra la foto)?
- Perché si trovano lì?

Nota importante: se l'immagine proviene da un luogo pericoloso, bisogna sempre accertarsi che la persona con cui si comunica non corra rischi di sorta per questo. Occorre anche assicurarsi che la diffusione delle immagini o annessi dettagli non faccia trapelare qualche informazione rispetto alla fonte.

In base alla nostra esperienza alla BBC, chi si trovava veramente sul posto fornirà sempre resoconti visivi, spesso raccontando la scena al presente. («Sono in mezzo alla strada X. Posso vedere e sentire Y»). Più le risposte sono vaghe, più bisogna prendere con le pinze quanto racconta la fonte.

Un'altra tecnica utile è chiedere di inviare altre foto scattate nello stesso momento. Raramente si fa un'unica foto in una situazione del genere. Avere più di una immagine sarà utile per capire meglio come sono andate le cose.

Una volta raccolta la versione della fonte su come è stata realizzata l'immagine, vanno confermate altre informazioni. Due i metodi utili per indagare sulla veridicità della foto e per poi confrontare i dati con quanto vi ha raccontato la fonte.

Primo, vanno controllati i metadati, chiamati "EXIF" quando riguardano un'immagine digitale, inclusi nell'immagine stessa. Se questa è l'originale, è probabile si possano scoprire dati quali la marca e il modello della fotocamera, l'orario dello scatto (attenzione perché, se questo dettaglio è disponibile, potrebbe essere configurata in base a un altro fuso orario, tipo quello relativo alla località del produttore) e la dimensione dell'immagine. Per trovare i dati EXIF, si può ricorrere a software commerciale come Photoshop (controllando le informazioni del file) oppure altri strumenti gratuiti come Fotoforensics.com o Findexif.com.

Su una di queste piattaforme basta caricare l'immagine e verranno visualizzati tutti i metadati ivi contenuti. Si tratta di dati utili per chi ha una buona conoscenza della fotografia digitale, ma per la maggior parte della gente potrebbero bastare informazioni sulla data o il tipo di macchina utilizzata per capire che la fonte non dice il vero.

Attenzione: in genere le maggiori piattaforme di social media, quali Twitter, Facebook o Instagram, cancellano buona parte, se non tutti, i metadata originali dalle immagini quando queste vi vengono caricate (Flickr sembra essere l'unica eccezione).

Secondo, confrontate attentamente l'immagine con altre fonti possibili. Indossate i panni dell'investigatore ed esaminatene ogni minimo dettaglio. Non di rado si riescono a scoprire utili indizi tramite cui risalire alla località e all'ora in cui sono state scattate, tra cui:

- Targhe dei veicoli
- Condizioni atmosferiche
- Punti di riferimento
- Indumenti
- Segnaletica
- C'è qualche palazzo o negozio riconoscibile?
- Che tipo di territorio o ambiente si nota?

3. Confermare le corrispondenze testuali dell'immagine

Pur davanti a un'immagine autentica, la descrizione potrebbe risultare inappropriata. Per esempio, durante l'uragano Sandy, l'immagine riportata sotto si diffuse molto

velocemente su Twitter e, secondo la descrizione, era stata scattata da tre soldati di guardia al monumento del milite ignoto durante la tempesta:



L'immagine era accurata poiché raffigurava i soldati davanti al monumento. Solo che era [stata scattata un mese prima, non durante l'uragano Sandy](#), ed era stata caricata sulla pagina Facebook della divisione Est della Prima Armata Usa.

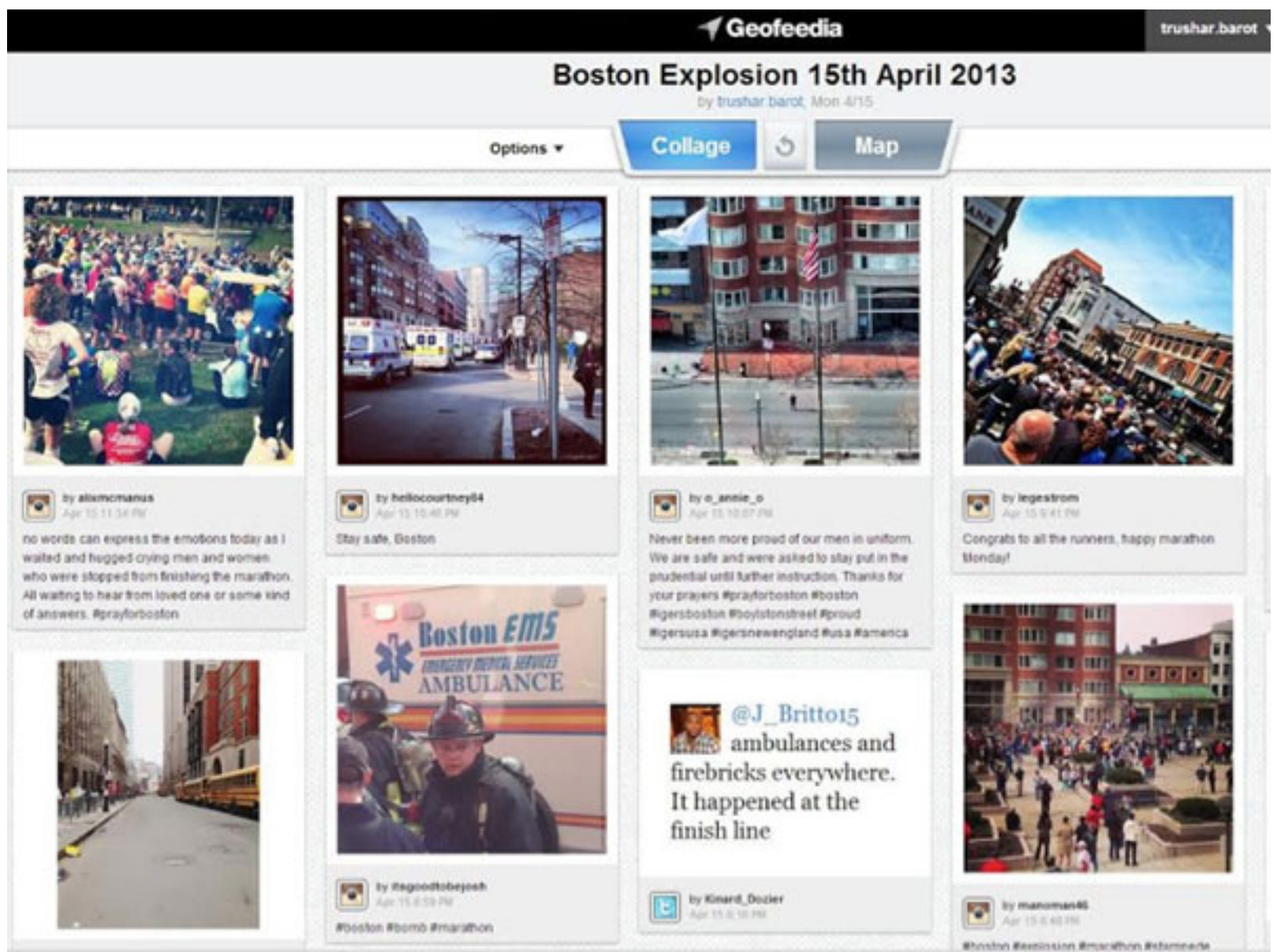
Oltre a verificare la data, l'orario e la località, è anche importante confermare che l'immagine raffigura veramente quello che dice di raffigurare. Un'immagine autentica può benissimo trovarsi in un contesto sbagliato.

Per verificare la località si può usare [Google Maps](#), [Bing Maps](#) oppure [Wikimapia](#). Questi servizi integrano anche i tag alle immagini caricate dagli utenti, e possono offrire utili indizi da approfondire, come pure diverse angolazioni della zona in esame (Per saperne di più sull'uso di questi servizi di mappatura, si veda il capitolo 5: verificare i video).

I siti web sulle condizioni metereologiche possono fornire informazioni utili per confermare la veridicità della foto. Come segnalato nel capitolo precedente, [Wolfram Alpha](#) è un ottimo motore di ricerca per sapere che tempo faceva in un certo luogo e in una certa data.

Se si notano scritte (per esempio, su un cartellone o segnale stradale) in una lingua straniera, basta vedere se [Google Translate](#) può suggerire qualcosa d'interessante per riuscire a scoprire la località. Anche gli strumenti di lettura dei caratteri ottici [free-ocr.com](#) possono tornare utili per estrarre del testo da un'immagine, così da poterlo eventualmente tradurre tramite i traduttori automatici online.

Anche i social media di localizzazione come [Geofeedia](#) e [Ban.jo](#) possono aiutarci a stabilire il luogo da cui è stata caricata l'immagine. Questi servizi estraggono i dati GPS dal dispositivo mobile tramite cui è stata caricata l'immagine. Pur raccogliendo soltanto una piccola percentuale dei contenuti caricati sui social media da una località specifica, forniscono un utile filtro iniziale. La composizione riportata sotto è un esempio delle foto raccolte da Geofeedia nei momenti immediatamente successivi alle esplosioni alla maratona di Boston:



Oltre a questi strumenti e tecniche, è altresì utile controllare se immagini simili vengano diffuse da organizzazioni o agenzie d'informazione ufficiali. Forse sui social media circolano altre foto caricate da altri ma dalla medesima località? Se è così e mostrano una scena simile da una diversa angolatura, ciò potrebbe aumentare la credibilità dell'immagine iniziale.

Infine, quando si tratta di una notizia importante, vale sempre la pena di vedere se una fotografia particolarmente forte che vi passa davanti non si trovi anche su [Snopes](#), sito

web specializzato nella messa a nudo di leggende metropolitane e disinformazione online.

4. Ottenere l'autorizzazione dall'autore

È sempre buona norma cercare di ottenere l'autorizzazione all'utilizzo da parte di chi detiene il diritto d'autore sull'immagine. Anche perché in molti paesi le relative norme sono sempre più chiare sul risarcimento danni che il legittimo proprietario può richiedere in assenza di mancata autorizzazione o richiesta.

I termini e le condizioni relativi al copyright dei contenuti caricati sui social media variano a seconda delle piattaforme. Su alcune di queste, come Flickr, è chiaramente indicato accanto alla foto se l'autore vuole mantenerne il copyright tradizionale oppure se vi applica una licenza Creative Commons. (È un'ottima idea leggere le condizioni delle [licenze Creative Commons](#) in modo da avere familiarità con le opzioni esistenti).

Quando si chiede l'autorizzazione, occorre tenere a mente alcuni dettagli importanti:

- Essere chiari su quali immagini si vogliono usare.
- Spiegare come verranno utilizzate.
- Definire la dicitura appropriata per l'autore (nome, utente, ecc., considerando che potrebbe anche voler rimanere anonimo).

Infine, la cosa più importante: ricordate che se, dopo aver seguito le procedure e le verifiche descritte sopra, avete ancora dei dubbi – evitate di usare quell'immagine!

Caso di studio 4.1: Verificare uno strano pallone da spiaggia durante un temporale

Philippa Law e **Caroline Bannock** sono i responsabili di GuardianWitness, la piattaforma di 'open journalism' del quotidiano londinese Guardian, dove i lettori condividono video, immagini e articoli. In precedenza Bannock ha lavorato nella redazione di Channel 4 News. Twitter: @carlanine. Law ha collaborato con la BBC e ha svolto la tesi di Ph.D. sulla partecipazione del pubblico nei media delle minoranze linguistiche. Twitter: @philonski.

Nell'ottobre del 2013, venti fortissimi e piogge torrenziali causarono allagamenti e interruzioni di energia elettrica nell'Inghilterra meridionale. Visto che molti ne erano rimasti impressionati, per arricchire le notizie del Guardian chiedemmo ai lettori di condividere foto, video e storie personali del cataclisma direttamente sulla piattaforma dedicata ai contenuti prodotti dagli utenti, GuardianWitness.

Tra i contributi che ricevemmo ci fu anche [una foto molto strana](#), di quella che sembrava essere una gigantesca palla colorata da spiaggia alta il doppio di un autobus a due piani, che andava alla deriva nella rotonda di Old Street a Londra. Questa era esattamente il tipo di foto che ci faceva venire in mente la domanda: «Non è troppo bello per essere vero?». Insomma, temevamo si trattasse di uno scherzo o di una bufala.



Iniziammo la verifica con una ricerca inversa su Google Images e TinyEye, per controllare che non fosse stata ripresa da un altro sito web. Spesso gli utenti ci propongono foto già apparse su altre testate, oppure diffuse su Twitter o Facebook. Per questo la ricerca inversa è sempre la prima cosa che decidiamo di fare.

In questo caso, Google non diede alcun risultato, portandoci a pensare che la foto fosse originale oppure talmente recente da essere ancora inedita. Il materiale interessante viene pubblicato subito!

Il più importante strumento di verifica a disposizione era contattare direttamente l'utente in questione. Su GuardianWitness bisogna fornire un contatto email, pur se nulla vieta di darne uno falso. Inviammo la mail per avviare i contatti, continuando nel frattempo le verifiche sull'autenticità della foto.

Di solito, per capire dove è stata scattata la foto, la compariamo con Gogle Street View, ma in questo caso eravamo praticamente certi che si trattasse di Old Street. Sebbene conoscessimo tutti la zona, nessuno ricordava però di aver mai visto una palla colorata gigante da quelle parti, così cercammo qualche indizio online, fino a scoprire che prima si trovava in cima a un palazzo nei dintorni. Questa scoperta ci tolse dalla testa l'idea che si trattasse di uno scherzo.

Controllammo su Twitter per trovare eventuali avvistamenti intorno all'orario in cui

l'utente dichiarava di aver scattato la fotografia. La ricerca rivelò una foto successiva, fatta da qualcun altro, dopo che la palla si era già sgonfiata.

Alla fine riuscimmo a metterci in contatto con l'utente in questione, e al telefono ci confermò di aver scattato personalmente quella foto.

Compiuti tutti i passi necessari per la verifica, fummo contenti di vedere che la storia avesse passato il nostro esame. La foto dell'enorme pallone colorato da spiaggia sotto la pioggia battente venne così pubblicata sulla piattaforma del Guardian e ampiamente condivisa sui social media.

Caso di studio 4.2: Verificare due “squali urbani” sospetti durante l'uragano Sandy



Tom Phillips è redattore presso [BuzzFeed UK](#), dopo aver lavorato per l'edizione britannica di [Metro](#), curato la sezione internazionale per [MSN](#), e, più recentemente, collaborato al lancio di [UsVsTh3m](#), start-up sperimentale focalizzata sui social media per Trinity Mirror (maggior gruppo editoriale britannico). Tra le altre cose, ha messo in piedi [Is Twitter Wrong?](#), progetto per verificare in tempo reale le immagini virali o i tweet. Twitter: [@flashboy](#).

Quando l'uragano Sandy colpì New York e il New Jersey, stavo lavorando al sito di “Is Twitter Wrong?”, un esperimento di ‘fact-checking’ in diretta di immagini virali.

Quando un disastro naturale colpisce un'area densamente popolata, con un alto numero di utenti dei social network e di testate giornalistiche, la prima conseguenza è che ti trovi a dover controllare un sacco di immagini. E diventa urgente setacciare il materiale interessante da quello inutile.

Un paio di immagini particolarmente virali mostravano quelli che potevano sembrare due squali che nuotavano in una strada allagata del New Jersey. Così io e Alexis Madrigal, della rivista Atlantic, decidemmo di verificarne l'autenticità.

Le foto (riportate sotto) appaiono abbastanza strane da far sorgere qualche sospetto, ma non erano così implausibili da essere scartate del tutto. E alla fine risultò molto difficile smentirle *completamente*.



Le immagini pre-esistenti con attribuzioni erronee — ovvero la forma più popolare di

‘falsi’ — vengono scartate pochi secondi grazie alla ricerca inversa. E spesso le foto di eventi importanti vengono controllate, almeno in parte, cercando foto analoghe prodotte da altre fonti.

Ma nessuna di queste due foto poteva essere confermata a colpo d'occhio come foto originali oppure delle bufale. (In base alla mia esperienza, se una foto non si riesce a verificare in pochi minuti tende a prendere molto tempo per i controlli).

A volte insomma non esistono altre soluzioni se non l'approccio della ‘forza bruta’: setacciare i social media per scoprire l'originale; navigare su Google Street View per identificare una località di massima; e/o scorrere intere pagine su Google Images con specifiche parole chiave, nella speranza d'imbattersi nella foto originale.

In questo caso, la ricerca su Google Images funzionò e riuscimmo a identificare la foto iniziale, che era stata ritoccata con Photoshop per inserirvi la pinna dello squalo.



Ciò nonostante, non potevamo ancora definire completamente falsa l'altra foto: lo squalo era diverso.

I nostri tentativi di arrivare all'origine di entrambe le foto si bloccarono contro la tipica barriera degli utenti che, nel rilanciarla a iosa, aggiungevano vagamente “da Facebook”. Alla fine individuammo il post originale su Facebook, seguendo [un tweet](#)

che rimandava a un sito d'informazione che menzionava la fonte. (Sia il sito che il post su Facebook nel frattempo sono svaniti nel nulla). Ma anche così non riuscimmo a stabilirne la veridicità, visto che quella stessa pagina includeva altre foto delle inondazioni nella stessa zona di Brigantine, nel New Jersey. Inoltre, lo stesso autore, nel rispondere agli amici su Facebook, ribadiva l'autenticità di tutte quelle foto. (Col senno di poi, sembrava che volesse farsi beffe soprattutto del suo circolo sociale, piuttosto che dell'intera internet).

Il fatto che confermasse come vera una foto chiaramente fasulla era sufficiente per farci mettere anche l'altra foto dello squalo nella categoria 'quasi sicuramente falso'. Ma non potevamo esserne completamente certi. Lo scoprimmo invece il giorno successivo, quando il sito di 'fact-checking' [Snopes trovò l'immagine di partenza](#), consentendoci così di affermare con certezza che si trattava di un falso. Questa la vera foto, poi ritoccata:



[Photo: Scott the Hobo](#)

Questa può essere la migliore lezione ricavata dall'uragano Sandy: soprattutto nelle situazioni che evolvono rapidamente, la verifica non è tanto una questione di certezza assoluta, quanto piuttosto di saper giudicare il livello accettabile di plausibilità. Quando v'imbattete in simili contenuti, cercate di essere disponibili a prenderli in considerazione, spiegate il lavoro fatto e chiarite al lettore la possibilità di qualche errore quando date

visibilità a una certa immagine.

Capitolo 5: Verificare i video auto-prodotti



Malachy Browne è stato uno dei manager di [Storyful](#), la prima agenzia stampa dei social media con base a Dublino e corrispondenti in Asia e Stati Uniti, strumento ideale per scoprire, verificare e distribuire i migliori contenuti prodotti dagli utenti. Ha lavorato con Reportedly e ora è al New York Times, dopo aver creato e lavorato al progetto [Politico.ie](#) e curato il [sito web](#) dell'omonima rivista politica. Programmatore e convinto sostenitore della capacità della tecnologia di rafforzare il giornalismo, Browne è originario di Broadford, nella contea di Limerick, e vive a Dublino. Twitter: [@malachybrowne](#).

Il contemporaneo diffondersi di smartphone dotati di fotocamere, connessioni ininterrotte a internet e accesso ai social media è responsabile in larga parte dell'esplosione dell'informazione prodotta direttamente dai cittadini. Il risultato è stato una enorme quantità di video caricati e condivisi online ogni minuto, ogni ora.

La rivoluzione delle tecnologie dell'informazione non si è certo conclusa e il volume dei contenuti creati dagli utenti è destinato a crescere. I giornalisti hanno una nuova responsabilità — raccogliere velocemente, verificare e accertare i diritti di utilizzo dei contenuti prodotti dagli utenti. I valori tradizionali del giornalismo valgono ancora, ma serve anche una nuova serie di competenze per verificare formati come i video auto-prodotti.

Controllare la veridicità di un video che proviene da una fonte anonima su una piattaforma di social media potrebbe sembrare scoraggiante. Ma non è così complicato.

Per riuscirci occorre la determinazione di indagare i retroscena del contenuto, insieme a un salutare livello di scetticismo e di familiarità con la moltitudine di strumenti gratuiti tramite cui verificare i fatti a partire da tali video. Questo capitolo vi aiuterà in tutte e tre le situazioni.

La prima cosa da capire della verifica dei video auto-prodotti è che questi circolano a una tale velocità da rendere molto difficile che la prima versione in cui ci s'imbatte sia anche l'originale. È facile manipolarli, dividerli e ripubblicarli in un diverso contesto. Nel frattempo il video originale potrebbe far perdere tutte le tracce iniziali. L'obiettivo è

quello di mettere insieme i fatti che possano avvalorare o negare quello che mostra il video.

Come sempre, bisogna partire dalle domande di base: chi, cosa, quando, dove e perché. In questo contesto, i metadati associati al video possono contribuire a trovare delle risposte, fornendo dettagli sulla fonte originale, sulla data e sul luogo in cui è stato prodotto.

Una regola fondamentale, tuttavia, è che non basta un'unica prova per verificare un video. Bisogna raccoglierne diverse per avere il quadro completo. Preparatevi a un'iniezione di adrenalina quando il puzzle inizierà a completarsi.

Ecco di seguito la guida passo passo per la verifica di questi filmati.

Provenienza

Identificare la provenienza è il primo passo. A volte è ovvio che appartiene all'account Facebook o YouTube dove l'avete trovato. Ma, come spiegato nel capitolo 3, meglio partire sempre dall'assunto che il video sia stato 'rubato' o copiato altrove.

La maggior parte dei video includono descrizione, tag, commenti o qualche forma di testo identificativo. È importante usare alcune parole chiave da queste informazioni per iniziare la ricerca. Acronimi, nomi di località e altri termini specifici possono utili. Se la descrizione è in un'altra lingua, incollatene il testo su Google Translate per capire il significato delle parole chiave.

Cercate i video più vecchi che contengono quei termini usando il filtro delle date per avere i risultati in ordine cronologico. Su YouTube, guardate direttamente sotto la barra di ricerca, cercate il menu dei filtri e selezionate 'Upload Date', come nell'immagine sotto. Vimeo, YouKu e altre piattaforme hanno filtri simili. Scorrete i risultati e confrontate i 'thumbnail' (miniature) dei video per individuare la versione più vecchia (normalmente i 'thumbnail' dei video originali e di quelli 'rubati' corrispondono).

Filters ▾

About 668 r

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



Actual collapse of church belfry

by **ABSCBN News** • 3 months ago • 759,880 views

Watch the **belfry** of the Sto. Nino Church in Cebu City collapse when the magnitude 7.2 earthquake struck on Tuesday. Shot by ...

HD



Actual collapse of church belfry

by **NewsUpdateNow** • 3 months ago • 401 views

Un altro metodo è effettuare una ricerca per immagini usando il 'thumbnail' del video sia su Google Images sia su TinEye (come illustrato nei capitoli precedenti). Si potrà così identificare la prima immagine del video. L'utilità o meno di questo strumento dipende dalla qualità dell'immagine; un forte contrasto nel video e una buona scelta dei colori possono tornare d'aiuto.

Una volta individuato la fonte del video si può passare al secondo passo per contattare tale fonte.

Verificare la fonte

Per verificare la fonte di un video si procede come per la verifica della fonte di informazione in senso tradizionale. Anzi, si trovano molte più informazioni su una fonte online che tramite una comune telefonata, per esempio.

I profili online lasciano tracce digitali di ogni tipo, impronte che ci permettono di accedere a storia e attività dei profili stessi. La maggior parte delle piattaforme permette di contattare chi carica i materiali, passaggio questo fondamentale. Dobbiamo cercare il contatto diretto e porgli fargli domande per stabilire che sia effettivamente l'autore del video.

Queste domande sono utili quando si cercano le impronte digitali di qualcuno:

- Conosciamo questo account? Abbiamo già acquisito in passato documenti e materiale da questo account?
- Dove è stato registrato?
- Dove si trova chi ha caricato il video, in base all'attività svolta in passato?
- Le descrizioni dei video sono coerenti e per lo più provengono da una località specifica? Sono datati?
- Se l'account usa un logo, è lo stesso in tutti i video? È usato come immagine di profilo degli account YouTube e Vimeo?
- L'utente 'ruba' video da fonti di informazione ufficiali e altri account YouTube o carica soltanto video auto-prodotti?
- L'utente scrive in un modo gergale o dialettale identificabile nella narrazione dei video?
- I video sono tutti della stessa qualità? (Su YouTube, andate a controllare su 'Settings' e poi su 'Quality' per capire i vari livelli qualitativi).
- Le descrizioni dei video hanno estensione dei file come .AVI o .MP4 nel titolo del video? Ciò potrebbe indicare che è stato caricato direttamente dal dispositivo mobile.
- Nelle descrizioni su YouTube si legge: «Uploaded via YouTube Capture»? Ciò potrebbe indicare che il video è stato filmato con uno smartphone.

Mettere insieme le risposte a queste domande ci aiuta ad avere un'idea su chi sia la nostra fonte, quale la sua storia online e quali contenuti pubblica di solito. Ora, la cosa importante è confrontare le attività di questo account con quelle di altri account online legati alla fonte della notizia che c'interessa. Ecco una serie di pratiche e domande da affrontare in questo processo.

- Cercare su Twitter e Facebook il codice unico del video — ci sono degli account affiliati? (Ogni contenuto generato dagli utenti è identificato da un codice unico che appare nella URL. Su YouTube e Facebook, per esempio, il codice si trova tra la "v=" e la successiva "&" nella URL).
- Ci sono altri account — su Google Plus, blog o siti web — elencati nel profilo del video o in qualche modo affiliati con chi lo ha caricato?
- Quali informazioni è possibile ricavare da questi account affiliati su luogo, attività, affidabilità, pregiudizi o progetti dell'utente?
- Da quanto tempo sono attivi e quale il livello di attività?
- Quali altri account social sono indicati nel profilo e cosa ci dicono dell'utente?
- Si trovano informazioni su 'whois' per qualche sito affiliato?
- L'utente è forse reperibile su pagine gialle, Spokeo, Pipl.com, WebMii o LinkedIn?
- Le cerchie sociali online della fonte indicano qualche affinità con il video o la località?

Trovare risposte a queste domande ci dà un'idea della credibilità della fonte. E, importante, così abbiamo anche modo di contattarla per avere ulteriori informazioni su l'utilizzo del video da parte di testate giornalistiche.

Quando parliamo con la fonte ricordiamoci di chiedere dettagli sulle informazioni già raccolte. Le risposte coincidono? Se una fonte non è onesta su questo, è bene essere piuttosto sospettosi sui relativi contenuti.

Localizzare il video

Una volta identificata ed esaminata la fonte, è ora di verificare il contenuto del video stesso. È bene iniziare confermando o stabilendo il luogo in cui è stato realizzato.

Ciò dipende in gran parte dagli indizi che il video lascia trapelare. Uno scorcio cittadino, un palazzo, una chiesa, una serie di alberi, una catena montuosa, un minareto o un ponte sono tutti punti di riferimento adatti per il confronto con le foto satellitari o geolocalizzate. Se la videocamera ha filmato il cartello di un'azienda è possibile che questa sia presente in qualche sito o elenco locale. Un segnale stradale potrebbe fornire dettagli precisi per la localizzazione, analogamente alle targhe degli autoveicoli oppure ai cartelli pubblicitari. Anche indicazioni quali la luce del sole, le ombre e l'orario approssimativo dell'evento possono rivelarsi utili. E se il video contiene dialoghi, eventuali espressioni dialettali o altri accenti concordano con la situazione che il video vuole veicolare?

Il punto di partenza, di nuovo, è esaminare ogni testo che accompagna il video e ogni dettaglio che ne emerge. Usiamo Google Maps per cercare la possibile mappa della località in questione. Se possibile, facciamo un ingrandimento con Google Street View per trovare l'angolatura corretta. Se Street View non è disponibile, cerchiamo su Google Maps se ci sono foto geolocalizzate che fanno al caso nostro. Le foto geolocalizzate possono essere cercate anche con le funzioni speciali di Flickr, Picasa e Twitter.

Se il video è in una lingua straniera, usiamo Google Translate per identificare la località. Attenzione agli errori di traduzione tipici di Google Translate: per esempio, il nome arabo di Lattakia in Siria viene tradotto come "Protoplasm", Daraa invece come "Shield". Stiamo attenti anche alle traslitterazioni inglesi di nomi arabi: Jidda o Jiddah, per esempio. Copiando questi nomi su Google Maps otterremo la localizzazione delle città. Le immagini sotto mostrano due esempi di ricerche su Google Translate e Google Maps.

From: Arabic
To: English
Translate

Detect language

Click to edit and see alternate translations

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

Damascus Barzeh moment of shells falling 2013 c 2

Google
برزة, Damascus, Damascus Governorate, Syria

Get directions
My places

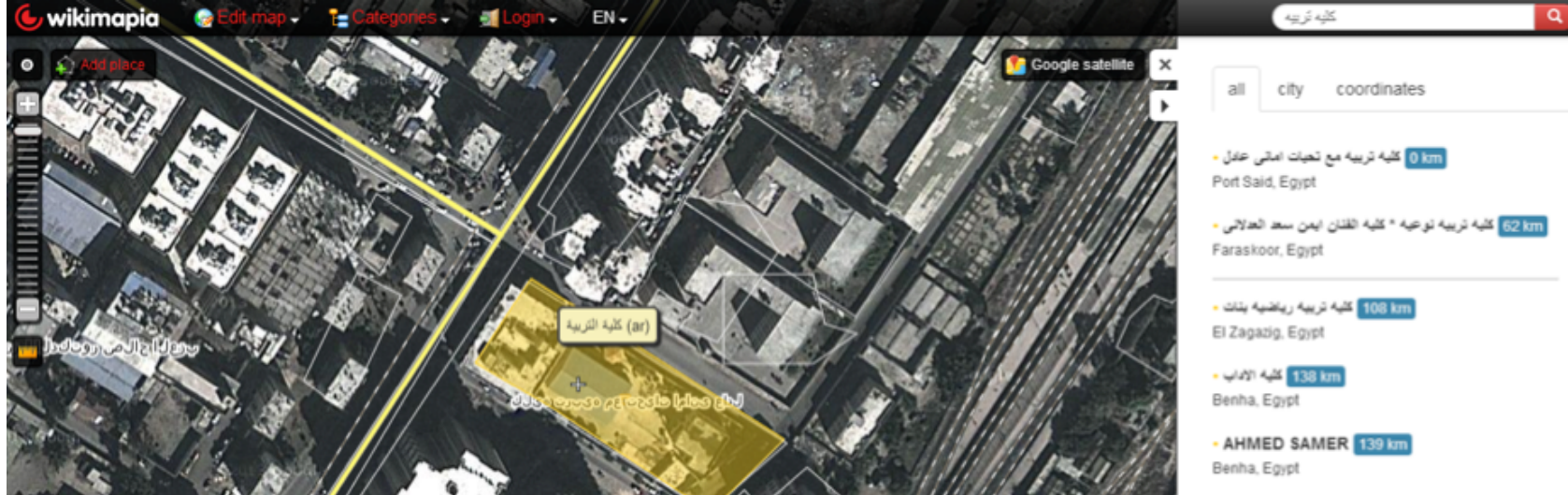
A
Barzeh
Damascus, Syria

Directions
Search nearby
Save to map
more

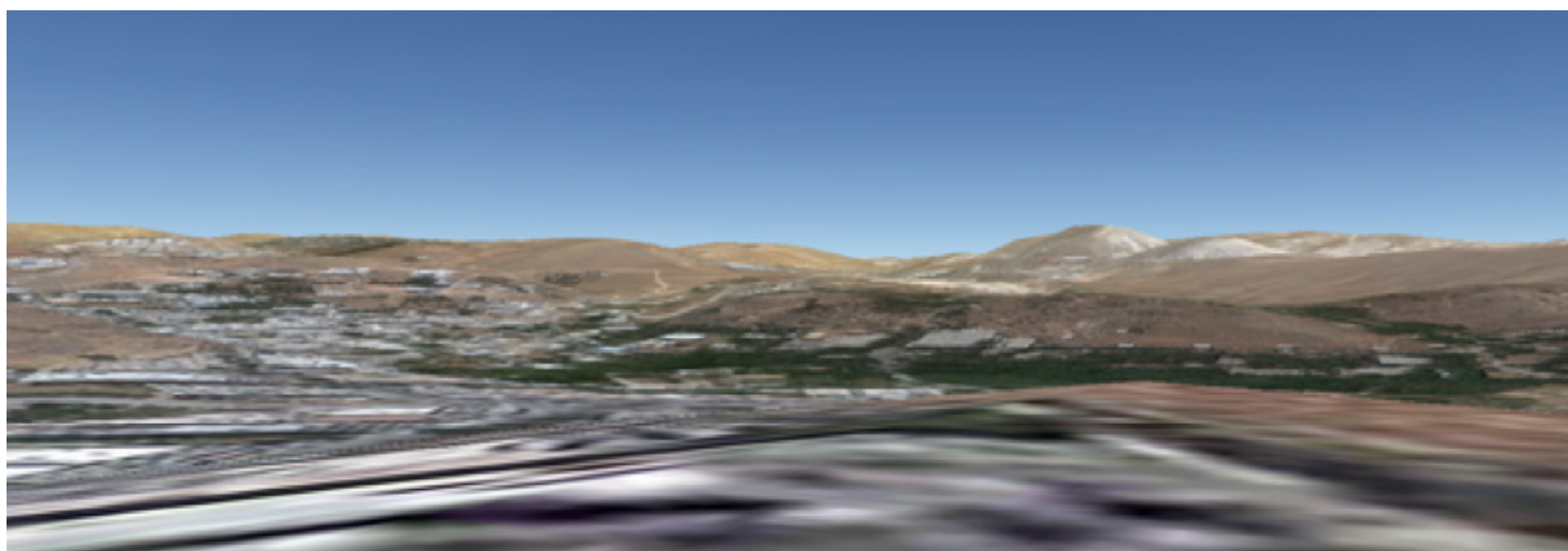
Per ulteriori verifiche nelle traduzioni, usiamo lingue parlate da qualche collega o conoscente per riscontro. Una traduzione dal giapponese al coreano o al mandarino è più accurata di una dal giapponese all'inglese. Per questo, se conosciamo qualcuno che parla il coreano o il mandarino, e ci è facile rintracciarlo, possiamo chiedergli di controllare le traduzioni per conto nostro.

Wikimapia è una versione in crowdsourcing di Google Maps, dove i palazzi, i quartieri, i siti miliari e altri punti d'interesse sono evidenziati e descritti. Ciò è utile per ricavare il contesto di una certa zona e identificarne i luoghi, pur se queste informazioni vanno confermate da altri dettagli, vista la possibilità di errori o deliberate manipolazioni.

Un esempio dell'utilità di Wikimapia riguarda gli episodi "disobbedienza civile" nelle proteste di Port Said in Egitto, nel febbraio 2013. Un video mostrava [i manifestanti in corteo](#), appena fuori dall'Università di Port Said, dalla facoltà di Educazione, secondo chi aveva caricato il video su YouTube. Vista la densità delle stradine di Port Said, era difficile riconoscere su Google Maps quello scorcio cittadino. Invece su Wikimapia la facoltà di Educazione (كلية التربية) è identificata specificamente; l'individuazione di questo punto di riferimento confermò così l'esatta località della manifestazione, come mostrato sotto.



Google Earth è un altro strumento assai utile poiché offre l'archivio storiche delle foto satellitari, funzione importante quando si esaminano vecchi video dove il territorio potrebbe avere subito delle modifiche. Lo stesso dicasi quando occorre capire le misure relative dei palazzi. Una volta che la redazione di Storyful stava valutando un video come prova di un bombardamento israeliano in Siria, fu la prospettiva delle montagne a nord di Damasco su Google Earth a fornire la localizzazione di chi aveva caricato il video su YouTube, come evidenziato nell'immagine riportata sotto.



Verificare la data

Confermare la data di un video caricato in occasione di una manifestazione pubblica o di evento politico programmati è piuttosto semplice. Probabilmente anche le testate

d'informazione avranno filmati analoghi sui loro siti web, insieme ad altre immagini di conferma condivise su Twitter, Facebook, Instagram e altri social media. Cercare su queste piattaforme con specifiche parole chiave e hashtag di solito è sufficiente per identificare altri elementi probatori, come un edificio particolare oppure decorazioni, segnali stradali o anche le condizioni meteorologiche.

Tuttavia, per i video meno ovvi, solitamente la data è la parte più difficile dei metadati da verificare. I video di YouTube hanno il timbro dell'orario californiano (PST) del momento in cui comincia il caricamento. Questo dettaglio ha portato il Ministro degli esteri russo a [insinuare dei dubbi](#) sui video che mostravano l'uso di armi chimiche a Ghouta, vicino a Damasco: erano stati caricati nelle prime ore del 21 agosto e quindi su YouTube erano datati 20 agosto. Il fatto che il Ministro degli esteri non fosse a conoscenza di questo dettaglio, spinse lui ed altri a dichiarare falsi quei video perché sarebbero stati caricati prima dell'orario dell'attacco.

Le condizioni meteorologiche da sole non sono sufficienti per confermare una certa data, ma possono aiutare. Come abbiamo già visto, Wolfram Alpha fornisce informazioni sulle condizioni del tempo di un certo luogo e in una determinata data. Quando Rita Krill caricò su YouTube quello che sembrava essere [il video incredibile](#) di un fulmine che cadeva nel giardino di casa sua, il 5 ottobre del 2012 in Florida, effettivamente Wolfram Alpha confermò che in quell'area era interessata da una forte tempesta a quell'ora. E “Naples, Florida” su Twitter in quella data si poteva trovare un metereologo locale che chiedeva ai suoi follower di mandargli le foto della tempesta in corso sulla città. Ecco sotto un'immagine delle ricerche su Wolfram Alpha e su Twitter.



Enter what you want to calculate or know about:

Weather, Naples Florida on October 5



Examples Random

Input interpretation:

weather

Naples, United States

Friday, October 5, 2012

Recorded weather for Naples, United States:

Show metric

More

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



John Patrick

@jpweather



Follow

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

11:22 PM - 5 Oct 2012

Controlli finali: cosa mostra il video?

Siamo infine giunti al momento di mettere insieme tutti i dati raccolti e porci delle domande: dato il contesto complessivo, ha senso questo video? C'è magari qualcosa che non quadra, in base al nostro fiuto giornalistico? C'è qualcosa che sembra fuori posto? C'è forse qualche dettaglio che ne nega la legittimità? C'è qualche dettaglio

della fonte o qualche sua risposta che non torna? Teniamolo sempre a mente: il nostro punto di partenza è che il video sia falso. C'è qualche prova che conferma o confuta questo assunto?

Quando si tratta di video auto-prodotti, ricordate che in passato non sono certo mancate le bufale elaborate, e c'è chi continua a farle. Una volta, alcuni studenti canadesi [falsificarono un video di un'aquila che scendeva in picchiata in un parco di Montreal e si portava via un bambino](#). Per confutarlo, alcuni esperti hanno dovuto analizzarlo sequenza per sequenza, scoprendo così che in alcuni scatti mancava l'ombra dell'aquila. (Se avete competenze tecniche adeguate, ci sono utili strumenti per modificare i video in modo dettagliato, tra cui [VLC media player](#) e [Avidemux video editor](#) (gratuiti), oppure a pagamento [Vegas Pro](#), da usare in caso di dubbi sulla sua realizzazione).

Caso di studio 5.1: Verificare un video chiave dell'attentato alla maratona di Boston



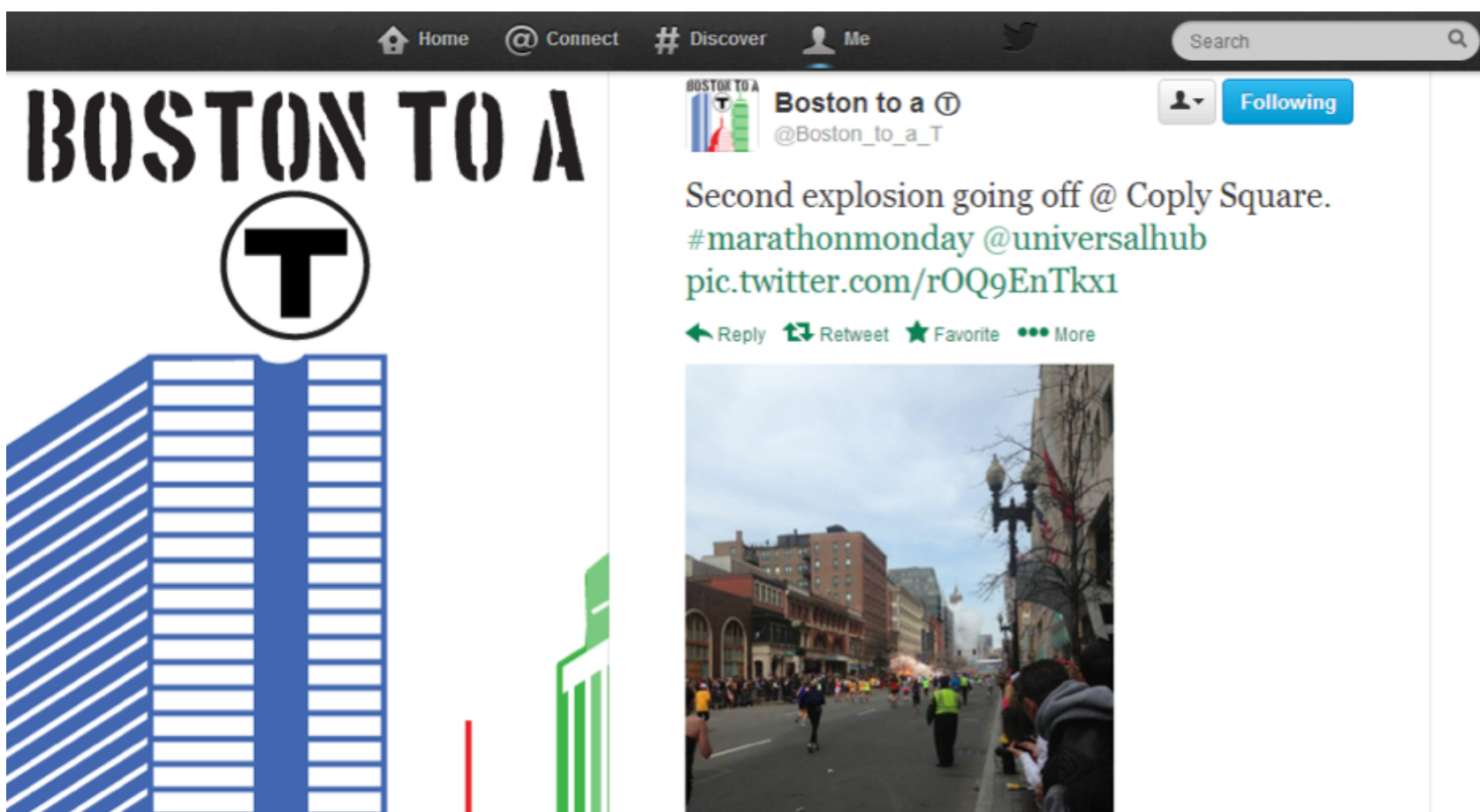
Malachy Browne è stato uno dei manager di [Storyful](#), la prima agenzia stampa dei social media con base a Dublino e corrispondenti in Asia e Stati Uniti, strumento ideale per scoprire, verificare e distribuire i migliori contenuti prodotti dagli utenti. Ha lavorato con *Reportedly* e ora è al *New York Times*, dopo aver creato e lavorato al progetto [Politico.ie](#) e curato il [sito web](#) dell'omonimo rivista politica. Programmatore e convinto sostenitore della capacità della tecnologia di rafforzare il giornalismo, Browne è originario di Broadford, nella contea di Limerick, e vive a Dublino. Twitter: [@malachybrowne](#).



Uno dei video [iconici di quel tragico attentato del 2013](#) a Boston fu filmato da una donna impegnata nell'ultimo miglio della maratona. Quando la donna era ormai al traguardo, su Boylston Street, qualche metro davanti a lei esplose la seconda bomba. Il

video che girò all'impronta era assai convincente, ma andava verificato comunque.

Una foto che mostrava il momento dell'esplosione (qui sotto) era stata diffusa dal giornalista locale Dan Lampariello, già incluso in un elenco di account Twitter organizzato in precedenza, insieme ad altri giornalisti già noti a Storyful. Il suo tweet era stato geolocalizzato a Boylston Street; quest'informazione, proveniente da una fonte affidabile, contribuì a confermare il luogo preciso dell'esplosione. Ci diede anche un punto di riferimento prezioso per analizzare il video della maratoneta.



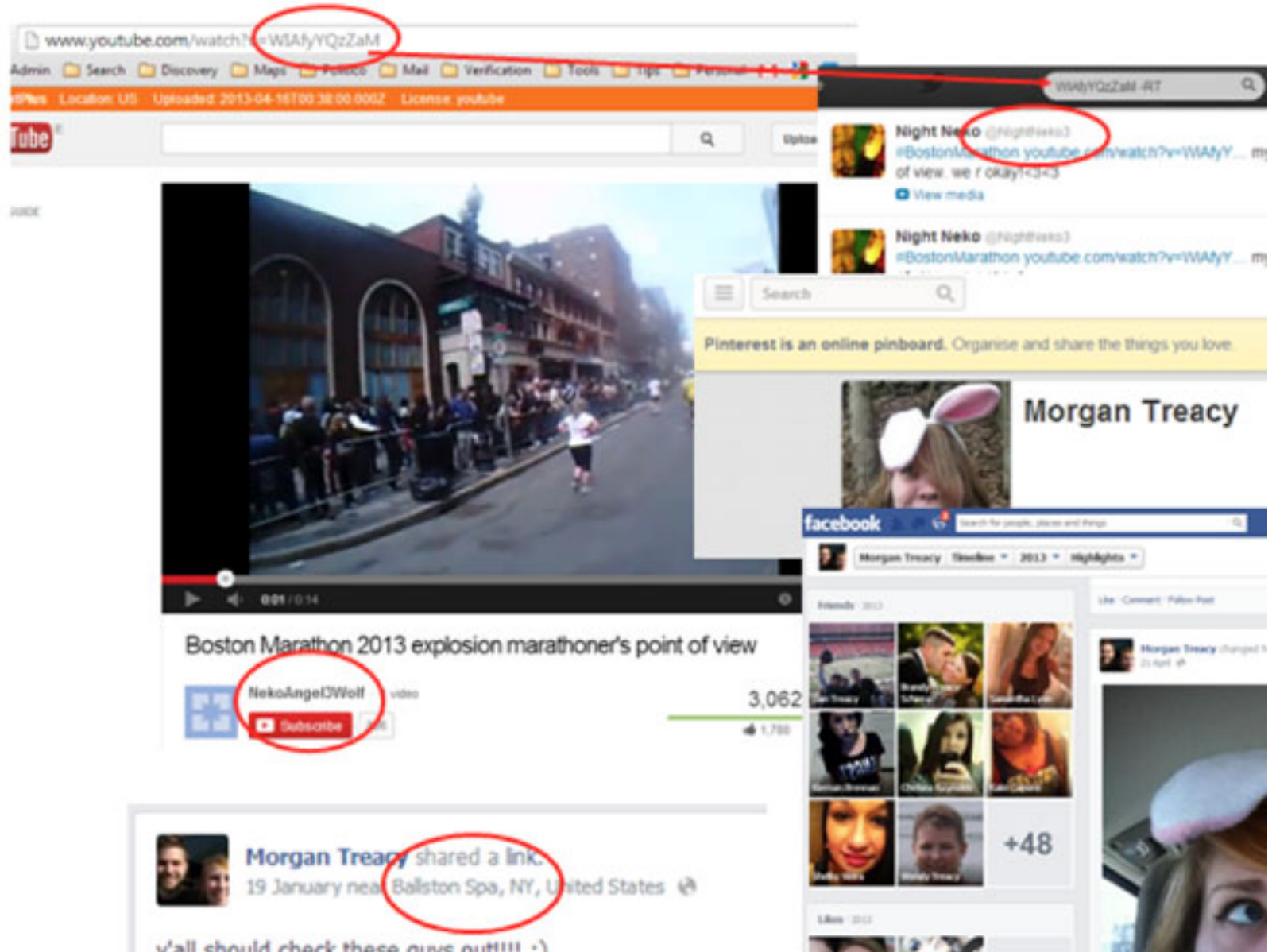
La vista di Google Street View su Boylston Street (qui sotto) confermò sia la foto di Dan Lampariello che la prospettiva della donna prossima al traguardo. Infatti, a una analisi più attenta, alcuni maratoneti presenti nel video comparivano anche nella foto di Dan Lampariello.



Questo procedimento ci permise di confermare l'attendibilità del video stesso. Trovare la fonte originale fu meno semplice.

Il video era stato caricato su YouTube da un account che non riportava dettagli e con uno strano nome-utente (NekoAngel3Wolf). Cercando su Twitter con il codice unico del video siamo arrivati all'account che lo aveva diffuso inizialmente, NightNeko3, anche questo privo di dettagli personali. La presenza in entrambi della parola "Neko" lasciava intendere qualche tipo di affiliazione.

Cercando profili analoghi sui social media, scoprimmo su Pinterest lo stesso account (NightNeko3), sotto il nome di Morgan Treacy. Il nostro team di Storyful identificò facilmente l'account Facebook che apparteneva a Morgan Treacy, una ragazza i cui post erano geolocalizzati a Ballston Spa nello stato di New York.



Morgan descriveva il video come la prospettiva della madre sull'esplosione. Sapendo che una maratona prestigiosa come quella di Boston registra i tempi degli atleti, siamo andati a cercare il cognome "Treacy" nella pagina della Boston Athletic Association. Abbiamo trovato una sola corrispondenza — Jennifer Treacy, di età compresa tra i 45 e i 49 anni, proveniente dallo stato di New York. La tabella di marcia di Jennifer Treacy mostrava che aveva passato il 40esimo chilometro alle 14:38 ma non aveva raggiunto il traguardo, 2 chilometri dopo. Jennifer andava a circa 10 minuti per miglio, il che la situava nelle prossimità dell'esplosione alle 14:50, esattamente quando esplose la seconda bomba.



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 (gun)	

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	-	-

Cercando su Spokeo.com (motore di ricerca per trovare persone attive sui social media e oltre) abbiamo trovato la scheda riferita a Jennifer L. Treacy, 47 anni, residente a Ballston Spa, New York. Anche LinkedIn riportava una Jennifer Treacy di Ballston Spa, impiegata al Ministero della salute dello stato di New York.

L'ultimo dettaglio che confermò la nostra indagine veniva da Gerard Quinn, amico su Facebook di Morgan Treacy, confermata quasi sicuramente come la figlia di Jennifer. Quinn aveva già commentato dei video precedenti caricati da Morgan. Notammo che sul suo profilo Facebook (qui sotto), Quinn si diceva «orgoglioso» che la nipote, Jennifer, corresse la maratona di Boston, includendo link alla sua mappa del percorso. Più tardi, dopo le esplosioni, aveva scritto su Facebook che Jennifer stava bene e che era sulla strada di casa.



Gerard Quinn

15 hours ago

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



Trovato il suo numero sull'elenco telefonico, parlammo direttamente con Jennifer Treacy: ci confermò che quel video era stato girato da lei ed eravamo autorizzati a usarlo. Ne aveva informato anche le autorità, aggiunse.

Riepilogando, tutte le informazioni necessarie a dimostrare la veridicità del video erano reperibili online tramite strumenti gratuiti — dettagli sulla località, commenti di conferma, le tracce digitali di chi lo aveva caricato e i contatti della fonte originale. Grazie alla familiarità del nostro team con questi strumenti, siamo riusciti a verificare il video nel giro di circa 10 minuti.

Caso di studio 5.2: Verificare il video di un “massacro” in Costa d'Avorio



Malachy Browne è stato uno dei manager di [Storyful](#), la prima agenzia stampa dei social media con base a Dublino e corrispondenti in Asia e Stati Uniti, strumento ideale per scoprire, verificare e distribuire i migliori contenuti prodotti dagli utenti. Ha lavorato con *Reportedly* e ora è al *New York Times*, dopo aver creato e lavorato al progetto [Politico.ie](#) e curato il [sito web](#) dell'omonima rivista politica. Programmatore e convinto sostenitore della capacità della tecnologia di rafforzare il giornalismo, Browne è originario di Broadford, nella contea di Limerick, e vive a Dublino. Twitter: [@malachybrowne](#).



Nel marzo del 2011 [un video su YouTube mostrava quello che veniva definito il massacro di almeno sei donne](#) a opera delle forze di sicurezza ivoriane, durante le proteste ad Abobo. La manifestazione si inseriva in un periodo di tensione e di scontri

susseguente al tentativo del presidente Laurent Gbagbo di rimanere al potere pur avendo perso le elezioni nel novembre precedente.

Su richiesta di un cliente, Storyful cercò di verificare il video a due anni dallo svolgersi dei fatti. Il filmato mostrava un folto gruppo di donne che scandiva «Ado, Ado» (riferendosi ad Alassane Dramane Ouattara, il rivale di Gbagbo). Poi, al minuto 3:32, entrava in scena un convoglio di mezzi blindati da cui partiva una scarica di colpi d'arma pesante. Molti sembravano feriti in modo grave, ma all'epoca qualcuno aveva sostenuto che si trattava di una messinscena. Anche l'allora Ministro della difesa aveva [sollevato dei dubbi](#) sulla veridicità del video iniziale e i sostenitori di Gbagbo pubblicarono altri filmati su YouTube, ([qui](#) e [qui](#), per confermarne la montatura).

Sotto molti aspetti, verificare un video in una situazione d'urgenza è più semplice di un'indagine retrospettiva. Nei tempi stretti le informazioni per confermare o smentire un video sono più facilmente accessibili, mentre quelle relative a eventi passati spesso sono nascoste nelle profondità dei social network. Le ricerche d'archivio sono ben più complicate, se non impossibili.

Consapevole di queste limitazioni, ecco come ho lavorato per provare a verificare il video.

Ricostruire il contesto dell'evento

Non essendo a conoscenza dei dettagli del supposto massacro, ho cercato su Google «Women killed Gbagbo March 3 2011» [Donne uccise Gbagbo 3 Marzo 2011]. Tra i molti risultati ottenuti, tre resoconti – ([qui](#), [qui](#) e [qui](#) – descrivevano approssimativamente la località e la sequenza degli avvenimenti. Trovammo anche [la dichiarazione](#) dell'allora Ministro della difesa sulla montatura dell'episodio.

Importante: questi resoconti mi fornirono ulteriori chiavi di ricerca per affinare la ricerca. Inserendo questi termini su Twitter e YouTube sono riuscito a scovare dei racconti di testimoni oculari e altri materiali prodotti dagli utenti. (Cerchiamo sempre di metterci nei panni di chi carica online questi materiali e immaginiamo quali tag, descrizioni e dettagli potrebbe aver aggiunto al video).

Località



Secondo quei resoconti, la manifestazione e la sparatoria erano accaduti nelle vicinanze di Abobo, città a nord della capitale Abidjan. In particolare, [uno dei resoconti](#) localizzava l'accaduto in uno svincolo dell'autostrada di Abobo, nei pressi dell'area nota come Abobo Gare. Un testimone citato nell'articolo descriveva la scena, spiegando che le forze di sicurezza avevano girato intorno alla rotonda, per poi tornare indietro e aprire il fuoco sulle donne «prima di riprendere la direzione per Adjamé». Adjamé si trova a sud di Abobo, come informazione sulla direzione del traffico.

Secondo quanto riportava [un altro resoconto](#) pubblicato su Le Patriot l'8 marzo, i manifestanti si erano raggruppati alla «rotonda dello svincolo di Banco» (si veda la mappa sotto). Una ricerca su un forum locale rivelò che si trattava di un luogo abituale [per quelle proteste](#) per quelle proteste.

Google Maps mostra due grandi rotonde. Una di queste, Carrefour Banco, è al confine sud di Abobo, in direzione di Adjamé. Questo dettaglio corrispondeva a quanto si leggeva nel primo articolo, quindi lo presi come punto di partenza.



La posizione dei semafori e delle luci stradali, l'allineamento delle palme e degli alberi filmati nel video a partire dal minuto 4:00 corrispondevano con quanto mostrava la visione satellitare dell'angolo nord-ovest del Banco Carrefour, come evidenziato dai cerchi bianchi qui sopra. Anche il palazzo più grande con due sporgenze in cima al tetto (cerchiate in rosso) è allineato con il palazzo che vediamo in lontananza quando il convoglio dei veicoli delle forze di sicurezza sparisce dalla vista. Queste informazioni corrispondono con la direzione del traffico che si ricava dall'immagine satellitare di cui sopra e con il racconto di testimoni oculari, secondo i quali i veicoli stavano dirigendosi verso Adjamé.



Tuttavia un dettaglio del video (qui sopra) non combacia a raffronto con l'immagine satellitare. Abbiamo contato tre grandi alberi mentre il convoglio entrava nella rotonda; Google Maps ne mostra soltanto due. Il video risale al 2011 e le immagini satellitari sono del 2013, forse nel frattempo un albero è stato tagliato. Per scoprirlo, abbiamo consultato le immagini satellitari d'archivio di Google Earth: le immagini del 2009 confermano tre grandi alberi nell'angolo della rotonda.

Il terzo albero mancante nelle immagini satellitare del 2013 è evidenziato nell'immagine sotto (ruotata di 180 gradi da nord a sud). Da quanto si vede, la posizione della telecamera era direttamente in mezzo alla strada. Ho poi contattato una fonte affidabile e nota a Storyful, che aveva già visionato il filmato e si era recato ad Abobo per raccontare "massacro". Mi confermò che era quella l'angolatura della telecamera.



Data

La data della sparatoria è confermata da molteplici racconti indipendenti e dai video condivisi sui social media. Li ho trovati retrospettivamente tramite diverse ricerche su Twitter, Topsy o Topsy Pro (che consente di inserire un filtro per un intervallo di date) e YouTube (con i risultati ordinati secondo la data di caricamento).

Questi alcuni dei passaggi successivi:

- Ho usato [la ricerca d'archivio su Twitter](#) fino a scorrere i risultati a partire dal 3 marzo 2011 in avanti.
- Ho esaminato i tweet e le domande sull'accaduto, trovando [questo](#) e [questa risposta](#). Si tratta di testimoni potenziali, o persone che possono identificare possibili testimoni. La prima fonte era localizzata a Cocody, Abidjan, mentre la seconda ad Abidjan.
- Ho anche localizzato [questa persona](#), che aveva caricato il video di Abobo e di altre manifestazioni precedenti del RHDP (Rally of Houphouëtists for Democracy

and Peace). Guardando altri video postati su Twitter da questo account ho trovato [il video caricato proprio il giorno delle proteste](#).

- Cercando meglio nella sua cronologia di Twitter, ho trovato altre [citazioni sul RHDP di quel giorno](#). Queste mi hanno condotto ad altri link, tra cui questo [resoconto degli avvenimenti](#). Include una foto, accreditata alla Reuters, che mostra delle vittime corrispondenti a quelle del nostro video.
- Una ricerca su [Google Image Search](#) confermò che la foto non era stata usata prima del 3 marzo. Tuttavia i risultati rivelavano che [un articolo del Guardian](#) l'accreditava a AFP/Getty Images e non alla Reuters. Significava la presenza di un fotografo affidabile sul campo.

Ho poi analizzato più a fondo la foto qui sotto:



Questa immagine è coerente con la foto della vittima al minuto 5:30 del video. La vittima è coperta con dei vestiti e con le foglie verdi usate da molti manifestanti. Notiamo la camicia aderente blu scuro e il particolare vestito che indossava, con un disegno a quadri rossi, arancioni, bianchi e linee scure, mostrato nell'ingrandimento sotto.



Anche France 24 Observateur pubblicò [delle foto](#) sull'evento, fornite da qualche fonte di Abidjan, come ci è stato confermato dalla stessa France 24.

Altre ricerche rivelarono un reportage fotografico pubblicato [qui](#) da un giornalista di Agence France-Presse, Issouf Sanogo. Costui intervistò una donna di nome Sirah Drane, la quale sosteneva di aver collaborato all'organizzazione della manifestazione del 3 marzo. Drane diceva di aver usato un megafono per rivolgersi alla folla raggruppata nella rotonda di Abobo. Nel video appariva una donna che somigliava alla sua descrizione.

Il video rimandava ad altri tre filmati già documentati da Storyful, trovati su YouTube usando le precedenti chiavi di ricerca.

Il [primo video](#) era stato caricato il giorno della sparatoria da un account ivoriano registrato su YouTube e creato specificamente per caricare quel video. Non c'erano altre informazioni sulle attività di questo account da cui poter risalire alla fonte. Nel video compaiono le stesse donne ferite, come pure il caratteristico palazzo già notato sullo sfondo.

[Un secondo video](#) fu caricato da un altro account ivoriano registrato il mattino del 4 marzo alle 09:06:37 GMT. Nella descrizione si legge: «molte donne uccise» alla «manifestazione RHDP di ieri», intendendo il 3 marzo.

Nessuno di questi video o foto esisteva prima del 3 marzo, a conferma che quella era la data certa dell'evento.

L'autore del video iniziale

Il video era stato caricato su YouTube il 4 marzo 2011. È il video più vecchio che si può trovare dell'accaduto. In ogni caso, è molto probabile che il video provenisse da un account Facebook e che fosse stato rubato e ricaricato su un account YouTube.

L'account di YouTube era stato registrato negli Stati Uniti ed era linkato a un sito web ormai inesistente, onemendo.com. Sembrava essere stato usato da qualcuno legato agli immigrati giamaicani che vivevano a New York o nel New Jersey perché conteneva informazioni promozionali su un locale di quel giro, DanceHallReggae.com.

Altri video dello stesso periodo su un account affiliato su Vimeo indicano che si trattava di qualcuno residente a Rochester, New York. Un altro account affiliato su Facebook postava link a musica di disc-jockey giamaicani. Non c'erano ulteriori dettagli utili per risalire all'origine del video e il 3 marzo 2011 non aveva pubblicato alcun link. Sull'account YouTube c'erano anche video di una soap opera senegalese.

Si tratta di un video autentico?

Da quanto sopra, si evince che la data del video è quasi certamente il 3 marzo 2011. Ma il punto è: quel video mostra davvero delle donne che protestavano e che sono state uccise dalle forze dell'ordine ivoriane quel giorno?

Varie [dichiarazioni](#) la ritengono una messinscena, sostenendo che i corpi vennero piazzati sulla strada dopo che il convoglio della sicurezza era già passato. Erano necessarie ulteriori ricerche.

[Questa dichiarazione](#), l'allora Ministro della difesa di Gbagbo, Alain Dogou, sostiene che a una donna viene ordinato di «sdraiati, sdraiati lì» (e anche noi lo sentiamo dire). Dogou spiega che è «difficile dimostrare» che il video sia stato girato nella località indicata dai giornalisti. (Ma abbiamo verificato quella località). dimostrato). Aggiunge poi che i giornalisti internazionali non stavano seguendo quella manifestazione perché si trovavano alla conferenza stampa dell'UNOCI, o a un altro evento del Consiglio dei ministri. Infine, riconosce che la protesta delle donne ha avuto luogo in quella data ad Abobo.

A questo punto emergono alcune domande serie:

- Perché la telecamera punta lontano dai feriti per così tanto tempo mentre il convoglio entra nella rotonda?
- Tutte le vittime sono state colpite a pochi metri di distanza tra loro?

- Sono tutte cadute supine come si vede nel video?
- I loro volti sono stati coperti immediatamente con dei vestiti: perché?
- A una donna ferita viene urlato «sdraiati, sdraiati», come descritto dal Ministro della difesa Dogou: perché? Per non peggiorare le sue condizioni o per far finta di essere ferita gravemente?
- Il “massacro” provoca un'ondata emotiva generale nel video: è reale? Oppure i manifestanti sono stati ingannati o sono forse complici della messinscena?

Alcuni testimoni hanno raccontato in maniera credibile che c'erano stati dei feriti. Un medico del South Abobo Hospital è citato a pagina 63/64 in questo rapporto di [Human Rights Watch](#), spiegando di aver visto le vittime della sparatoria:

Un medico, occupatosi di molte donne che non sono sopravvissute, ha detto che le loro fe

(Il video mostra effettivamente una vittima la cui testa è separata dal corpo).

Un articolo del New York Times cita i nomi di due testimoni:

«I carri armati cominciarono a sparare», afferma una residente di Abobo, Idrissa Diarra

«C'è stata una raffica di mitragliatrice», [dice la testimone, Idrissa Sissoko]. Parla a

Secondo [questo resoconto](#), una fonte militare spiegò a un giornalista della Reuters che la sparatoria fu un incidente provocato da un gruppo di militari sotto stress per via degli scontri precedenti.

Conclusioni

Possiamo confermare con ampio margine di certezza il luogo e la data dell'avvenimento. Non ne conosciamo la fonte originale, e quindi non siamo riusciti a parlare con chi ha girato il video.

Ma alla fine, comunque, il video mostra quello che dice di mostrare?

È impossibile stabilirlo al 100 per cento, visto il periodo trascorso e lo scarso materiale a disposizione. Oltre a contattare e intervistare chi ha caricato il video, bisognerebbe raccogliere altre informazioni di prima mano da parte di testimoni oculari, come anche medici che avevano curato le vittime e familiari delle presunte vittime. Per identificare queste ultime potremmo provare a indagare più nel dettaglio sul primo video, analizzandone sequenza per sequenza il momento degli spari per cercare di capire l'identità delle vittime e quindi per risalire ai sopravvissuti.

In definitiva, pur con tutti gli elementi e le informazioni che sono riuscito a raccogliere,

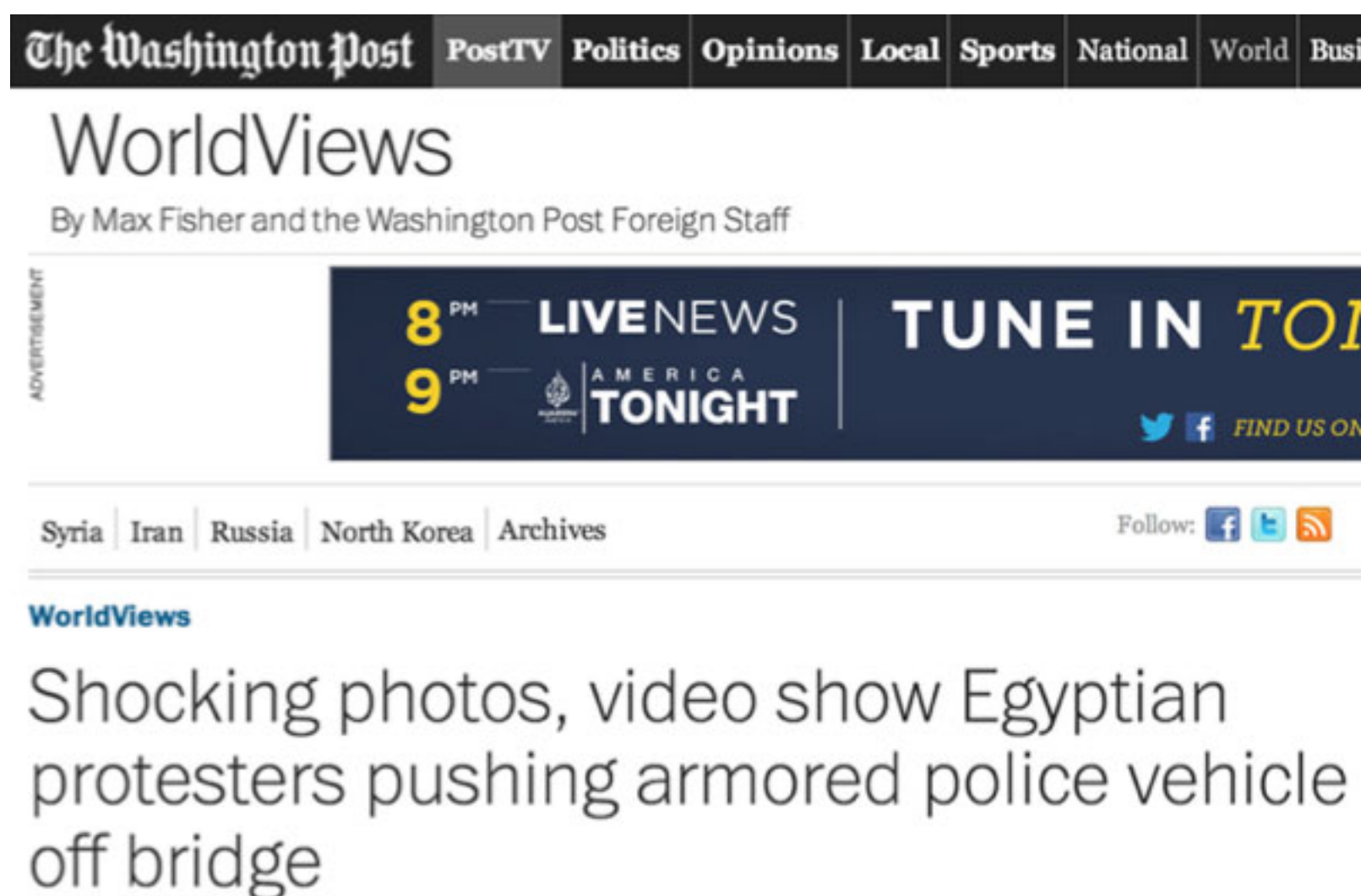
è impossibile emettere un verdetto finale su questo video.

Caso di studio 5.3: Verificare località e contenuto di un video



Christoph Koettl lavora per Amnesty International USA ed è specializzato nell'utilizzo di immagini satellitari, tecnologia mobile e citizen media per ricerche sui diritti umani e patrocini legali. È esperto in diritto internazionale, analisi dei conflitti, mappatura di crisi e verifica dei video, e interviene spesso in pubblico su temi legati a tecnologia e diritti umani. Ha partecipato al [SXSW 2014](#) e ha testimoniato sui crimini di guerra in Sri Lanka davanti al Congresso statunitense. Twitter: è [@ckoettl](#).

Durante i violenti scontri del Cairo nell'agosto del 2013 venne pubblicato un [video su YouTube](#) che attrasse l'attenzione di molte testate. (Il video originale è irreperibile perché il relativo account è stato poi chiuso da YouTube). La descrizione maggiormente utilizzata, ripresa per esempio nel titolo di questo post su un blog del [Washington Post](#), si riferiva ai manifestanti che buttavano giù da un ponte una macchina della polizia.



The screenshot shows the top portion of a Washington Post article. At the top is a navigation bar with links: The Washington Post, PostTV, Politics, Opinions, Local, Sports, National, World, and Business. Below this is the 'WorldViews' section header, followed by the byline 'By Max Fisher and the Washington Post Foreign Staff'. A large advertisement banner for 'LIVE NEWS' and 'TUNE IN TONIGHT' is displayed, featuring the time 8 PM and 9 PM, and the program 'AMERICA TONIGHT'. Below the ad, there are links for 'Syria', 'Iran', 'Russia', 'North Korea', and 'Archives', along with social media follow buttons for Facebook, Twitter, and RSS. The main headline of the article is 'Shocking photos, video show Egyptian protesters pushing armored police vehicle off bridge'.

I comportamenti violenti dei manifestanti, ovviamente, sono assai rilevanti quando si indaga sull'uso [sproporzionato della forza](#) da parte della polizia, come facciamo ad

Amnesty International. Lavoriamo per verificare i video anche allo scopo di stabilire se si siano verificati abusi dei diritti umani. In tal senso, il video in questione includeva importanti sequenze che richiedevano un'attenta analisi.

Diversamente da quella descrizione, e relativo titolo di giornale, in questo video non si vedono mai i manifestanti spingere la macchina giù dal ponte. Serviva chiaramente un'occhiata più dettagliata. Ecco quindi i passaggi compiuti per valutare il contenuto e per determinare l'esatta località dell'evento:

Uno dei primi passi per verificare un video realizzato dal pubblico è cercarne altri che mostrano lo stesso incidente^[^1]. Normalmente io cerco su YouTube, sul pannello di di Storyful (un servizio a pagamento) e sulle Open News Room di Storyful. (Filtro le ricerche su YouTube in base alla data del caricamento così da restringere i risultati ottenuti). Usando questi strumenti, ho trovato un [secondo video](#) che mostra l'incidente da una diversa angolatura. Sembra essere stato filmato da un grattacielo nelle vicinanze, offrendoci un punto di vista perfetto per l'intera scena. Se ne ricava che nessuno ha effettivamente spinto la macchina della polizia giù dal ponte. In realtà la macchina sembra aver sbattuto contro un altro veicolo, fino a rimbalzare all'indietro e a finire giù dal ponte. Questo secondo video conferma che l'incidente è avvenuto veramente ma anche che la descrizione (e quel titolo) erano inappropriati e inaccurati.

[^1]: Per ulteriori dettagli sull'utilità dei video con molteplici prospettive, si veda: Hal Hodson: "[Multishot video can identify civil rights abusers](#)", New Scientist, 28 giugno 2013; e il [Rashomon Project](#).

Con il punto di vista vantaggioso offerto dal secondo video, divenne più facile identificare il luogo esatto dell'incidente. L'articolo del Washington Post indicava il «6th of October Bridge», ed è un buon punto di partenza, visto che il ponte è facilmente identificabile sulle mappe online. In ogni caso, si tratta in realtà una strada sopraelevata che attraversa gran parte della città. Questo rende più complicato trovare il luogo esatto.

Esaminando attentamente il secondo video, balza agli occhi un punto di riferimento: uno stadio sportivo. Seguendo la «6th of October Bridge» su Google Earth, sono riuscito a identificare due stadi che si trovano in prossimità del ponte. Dopo aver ruotato la vista di Google Earth per identificare il potenziale luogo preciso in cui è stato girato il video, ho trovato un punto che corrisponde al [secondo stadio](#). Avendo confermato il luogo generico, è stato poi facile capire quale fosse il grattacielo che sovrastava il punto dell'incidente. Usando lo strumento mappa di Google Earth Pro, ho così prodotto una semplice mappa generale, inclusiva dei punti precisi da dove sono stati girati i due video, insieme ad altri elementi di riferimento:



Coordinate del video principale: 30.058807, 31.303089

Infine, due ulteriori dettagli confermarono quella località: un'antenna di telecomunicazioni visibile sullo sfondo del video, e che è anche visibile nella [immagine satellitare](#). Inoltre, ho attivato il livello Panoramio su Google Earth per controllare se ci fossero delle foto prodotte dagli utenti. Il livello Panoramio contiene simili foto geolocalizzate con la prospettiva dal terreno e quindi con un buon livello di dettagli. Ci sono anche [parecchie foto scattate da sotto il ponte](#), dove si è schiantata la macchina, e i pilastri presenti nel video corrispondono perfettamente.

Grazie a una combinazione di ricerche tra video, Google Earth e Google Maps, sono stato in grado di verificare rapidamente il luogo dove era stato realizzato il video, e anche di smentire la descrizione erronea che avrebbe potuto avere serie ripercussioni per le proteste in corso al Cairo.

In conclusione, una volta chiarito la vera causa dell'incidente, il Washington Post ha aggiunto all'articolo iniziale [una formale rettifica](#).

Capitolo 6: Far lavorare la folla



Mathew Ingram è affermato giornalista e consulente mediatico che negli ultimi vent'anni si è occupato di business, tecnologia e nuovi media, oltre che come consulente sui social media per varie aziende. È redattore capo per la rivista Fortune, dopo aver collaborato a lungo con [GigaOM](#) su temi dell'informazione e della cultura web. Fino al 2010 ha curato lo sviluppo e la strategia dei social media per il quotidiano canadese Globe and Mail. Twitter: [@mathewi](#).

L'idea di verificare i fatti e le emergenze grazie all'uso della folla online (il cosiddetto "crowdsourcing") non è esattamente una novità. La folla, nel più ampio significato del termine, è sempre stata un elemento cruciale per la raccolta e la diffusione delle notizie. Oggi tuttavia tecnologie social come Twitter, Facebook, YouTube e altre ci consentono di instaurare un rapporto collaborativo ben più esteso e su scala più ampia, ma soprattutto ci permettono di farlo in maniera più rapida. Non voglio dire che non ci siano lacune in questo processo, perché ce ne sono – ma complessivamente rappresentano un passo positivo

Proviamo soltanto a pensare a come venivano prodotte le notizie in un passato neppure troppo lontano: quando scoppiava una guerra, un uragano colpiva una certa zona oppure esplodeva una bomba da qualche parte, di solito c'erano ben pochi giornalisti sul posto, a meno che non si trovassero lì per caso. Qualcuno in loco riferiva la notizia a un'agenzia stampa che a quel punto avviava la lenta procedura di verifica, basata su interviste a testimoni oculari, telefonate e così via.

Oggi siamo abituati a seguire l'attualità – in particolare quegli eventi immediati e imprevedibili come i terremoti e gli attentati – su Twitter, nel giro di pochi minuti dall'accaduto. E invece di uno o due testimoni e passanti, possiamo contare su centinaia o addirittura migliaia di loro. Qualcuno si rivelerà inaffidabile, come abbiamo visto per le bombe a Boston o in analoghe situazioni d'emergenza, ma in generale ci consentono di mettere insieme un quadro abbastanza accurato di quanto e come è successo, e ciò avviene più rapidamente che mai.

Ecco dunque una serie di "best practices" [pratiche migliori] per l'emergente settore della verifica collaborativa, pratiche messe a punto da alcuni innovatori del settore, tra

cui Andy Carvin, ex collaboratore della National Public Radio statunitense.

Identificare, verificare e contattare le fonti

Nella maggior parte dei casi, il punto di partenza è identificare quelle fonti affidabili per poi curare, aggregare e verificare le informazioni che diffondono. Andy Carvin è stato tra i primi a mettere in piedi quella che abbiamo definito la “redazione Twitter” di fonti basate in Medio Oriente durante la primavera araba, partendo dalle persone che conosceva personalmente e arrivando ad altre fonti locali tramite loro.

«Mi pare importante prestare attenzione a chi si rivolgono queste persone su Twitter, e ogni tanto anche su Facebook», disse Carvin a Craig Silverman in una intervista del 2011. «Sia in Tunisia che in Egitto, posso già contare su mezza dozzina di fonti ciascuno con cui ho rapporti diretti». Chiedendo poi a costoro di raccomandargli o verificare altre fonti trovate su Twitter seguendo determinati hashtag, man mano Carvin ha organizzato liste con centinaia di fonti attendibili. Queste liste gli hanno poi consentito di fare praticamente la cronaca via 'live-tweet' dei tumulti in corso in quell'area – ricevendo informazioni, ripubblicandole, chiedendo ai follower e alle fonti di verificare certe informazioni, e poi pubblicando i risultati di questo lavoro. Per molti versi si trattava di una procedura piuttosto caotica, ma alla fine ha funzionato.

Per gestire così tanti contatti, egli mise in piedi delle 'Twitter Lists' divise per argomento o area geografica. Oggi qualcosa del genere si può ottenere anche con le 'Facebook Interest Lists', con le cerchie di Google Plus e simili strumenti, creando delle 'playlist' su YouTube e con altri strumenti innovativi.

Carvin si è spinto un passo oltre, iniziando a contattare direttamente o incontrare molte di queste fonti, avviando così un rapporto personale con loro. Molti hanno seguito soltanto il suo lavoro su Twitter, ma la verità è che ha speso un sacco di tempo parlando con costoro via Skype, comunicando via email e con altri mezzi per confermare la loro effettiva identità.

Come già spiegato nei capitoli precedenti, questo genere di fonti e informazioni vanno sempre verificate. Dopo aver fatto una ricerca avanzata su Twitter o su YouTube e altri passaggi per trovare contatti e organizzazioni sul campo o che abbiano accesso a notizie importanti, bisogna darsi da fare per mettersi direttamente in contatto con loro e verificare da dove arrivano le loro informazioni.

Più s'interagisce con le nostre fonti, più ne sappiamo di loro, e più potremo conoscerne i punti di forza, le debolezze, le opinioni e altri fattori utili per poterne valutare le informazioni che condividono sui social media. Man mano che la lista di fonti aumenta, dobbiamo vedere come si comportano, cosa condividono e cosa raccontano. Solo facendo così possiamo confrontare il materiale che arriva e stabilire con esattezza che

sta accadendo o meno sul campo.

«Qualcuno di loro sta lavorando attivamente per rovesciare il regime locale», disse Carvin riferendosi alla sue fonti nel corso della primavera araba¹. «Devo tenerlo bene a mente. Forse la risposta è la trasparenza, nel senso che pur se qualcuno può darmi informazioni utili, non devo mai dimenticare che fa parte dell'opposizione».

Coinvolgere le fonti

A un certo punto, durante le violenze in Libia nel 2011, Carvin venne contattato da qualcuno su Twitter che gli chiedeva, e di conseguenza chiedeva a tutta la sua rete, di aiutarlo a verificare se in Libia venivano usate delle armi israeliane. La descrizione di quanto avvenne poi è sintetizzata in uno 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.



Carvin chiese a un elenco selezionato di follower aiutarlo a verificare se il mortaio in questione fosse israeliano. Arrivarono tanti consigli e opinioni, insieme a qualche commento inutile. Alla fine ricevette un'informazione specifica che lo aiutò a risolvere la faccenda:

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

@acarvin This one looks similar

<http://qvie.ws/hg0mwo>

Mar 12 via Seismic Desktop



Le Shaque
LeShaque

Le Shaque's Twitter

[HTTPS:](https://twitter.com/LeShaque)



[WEAPONSINDIA.COM](http://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](http://weaponsindia.com)

Quell'arma non proveniva da Israele, bensì dall'India. E non era affatto un mortaio. Carvin spiegò che aveva capito di essere sulla strada giusta perché fonti che non si

conoscevano tra loro gli avevano passato l'informazione giusta.

«Nel caso delle cosiddette armi israeliane, è successo semplicemente che tante persone, senza avere alcun rapporto tra di loro, mi passavano essenzialmente le stesse informazioni, così ho incluso qualcuna di queste fonti su Storify», chiarì poi Carvin.

È importante ricordare che gli tornò assai utile il fatto di aver chiesto aiuto in maniera veramente umana e cordiale. Trattò come colleghi giornalisti, piuttosto che come semplici fonti a cui chiedere seccamente qualcosa, tutti coloro con cui veniva in contatto. I giornalisti e altri che impartiscono ordini ricevono ben poco in cambio, mentre trattare tutti come esseri umani cambia davvero la situazione.

Il reporter di guerra del New York Times C.J. Chivers ha sfruttato un approccio simile a quello di Carvin per verificare le bombe usate in alcuni conflitti e sostiene³ che un simile processo porta alla verità molto più rapidamente di quanto fosse possibile fare in passato.

Ciò vale per qualsiasi informazione: è assai probabile che nella nostra cerchia social (o nella rete di contatti più ampi online) ci sia qualcuno a conoscenza della verità su una situazione o un evento. Bisogna solo trovarlo.

Aggiunge Chivers: «La prova in questo caso è stata trovata grazie all'aiuto di comuni strumenti dai reporter di guerra sul campo: la buona volontà, una fotocamera digitale, una connessione internet satellitare, un portatile, un account email e alcune fonti con conoscenze specializzate. Ma in più c'è il riflesso del nuovo modo di raccontare la guerra in tempo reale: usare i social media per creare piccoli gruppi di esperti su tali piattaforme».

Chivers si è anche complimentato con un 'citizen journalist' inglese⁴ di nome Brown Moses. Il suo vero nome è Eliot Higgins, ed è diventato un esperto di armi chimiche soltanto guardando e verificando migliaia di video su YouTube relativi al conflitto in Siria.

Higgins non ha alcuna competenza né in giornalismo né in armamenti militari, ma è diventato un collegamento chiave nella catena delle verifiche, tanto che giornalisti come Chivers o addirittura agenzie di aiuti internazionali si sono appoggiati a lui. Nuove fonti indipendenti come lui riescono a emergere in situazioni particolari, sia perché si concentrano su un singolo tema sia perché si trovano nel posto giusto (o sbagliato) al momento giusto.

Crowdsourcing affidabile

Una cosa che tutti, giornalisti o meno, oltre a coloro che sono impegnati a raccogliere e

verificare informazioni durante una crisi, devono ricordare è che anche loro diventano fonti da seguire per qualcun altro, quando usano social media tipo Twitter, Facebook o Google Plus. Ciò significa che qualsiasi informazione priva di riscontri che pubblicano, mentre cercano di verificare qualcosa, contribuisce ad alimentare la confusione collettiva su quel dato evento.

È bene tenerlo a mente quando si rilanciano su Twitter o altrove certi dettagli di cui si cercano riscontri. Il miglior approccio è essere il più possibile chiari su quanto sta succedendo, e ripetere spesso a follower e contatti che state cercando aiuto per la verifica, non che state facendo circolare informazioni non confermate.

Per evitare di creare confusione, siate chiari su quanto sapete, su quanto non sapete e sulle informazioni che avete bisogno di confermare. In alcuni casi, quando si tratta di dettagli delicati o scottanti, è meglio provare a verificare con metodi offline prima di passare ai social media o altri ambiti online. È importante etichettare queste informazioni come "non confermate" o come semplici illazioni, pur tenendo conto che simili definizioni tendono a sparire quando certi contenuti rimbalzano sui social media. Abbiamo tutti la responsabilità di prendere atto di questa realtà, senza aggiungere confusione o disinformazione durante una situazione d'emergenza.

Il potere della folla

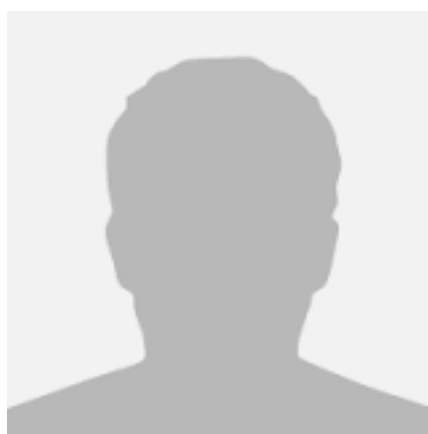
Algoritmi e ricerche automatiche possono generare un'incredibile quantità di contenuti quando si tratta di notizie dell'ultim'ora, come spiegato nel capitolo seguente. Ma in fondo soltanto gli esseri umani possono passare al setaccio e trovare un senso a una tale massa di contenuti, in maniera efficiente e in tempo reale. Come dimostrano gli esempi di Andy Carvin e Brown Moses, lo strumento migliore è una rete di fonti affidabili, ciascuna focalizzata su un tema particolare oppure basata in una specifica area geografica – una rete da usare come una vera e propria redazione diffusa.

In ogni caso, mettere in piedi rapporti di questo tipo con le nostre fonti non è un impegno da prendere alla leggera. Non è soltanto uno strumento o un processo per fare il nostro lavoro oppure completare una missione con maggior rapidità ed efficienza. Si tratta di un impegno collaborativo e dobbiamo essere pronti a dare almeno tanto quanto riceviamo.

Caso di studio 6.1: "Fregato" dalla grammatica araba



Tom Trewinnard è co-manager di [Meedan](#), struttura non profit di tecnologia sociale che porta avanti il progetto Checkdesk, mirato allo sviluppo di strumenti collaborativi per la verifica online. Twitter: [@Tom_El_Rumi](#).



M.SH. è il cofondatore di Shabab Souria (Syria Youth), rete collaborativa d'informazione indipendente nata all'indomani delle rivolte in Tunisia, Egitto e Libia d'inizio 2011.

Shabab Souria (Syria Youth) è un network di siriani (sia residenti nel paese sia altrove nel mondo) che collaborano usando strumenti online per verificare e pubblicare aggiornamenti sulla situazione siriana in loco. Lavorando su un gruppo Facebook aperto ma amministrato, gli attivisti verificano centinaia di segnalazioni che emergono ogni giorno dalle fonti ufficiali e dai social media. Il materiale che supera le attente verifiche viene quindi pubblicato in arabo e in inglese usando Checkdesk.

[Checkdesk](#) è una piattaforma aperta per redazioni e collettivi mediatici finalizzata a verifica e pubblicazione di informazioni online su eventi d'attualità. È stato lanciato da Meedan nel luglio del 2013 insieme a sei importanti media partner in Medio Oriente, che hanno anche organizzato alcuni workshop locali per la formazione dei comuni cittadini alle pratiche giornalistiche, alla gestione delle fonti e delle tecniche di verifica digitale.

Un ottimo esempio del lavoro di Shabab Souria per smentire e verificare le notizie risale al [5 dicembre 2013](#). Qualcuno che usava il nome Sham al-Orouba aveva caricato su YouTube un video, condiviso poi con il gruppo Shabab Souria su Facebook. Nel video un uomo con la barba, che si auto-identificava come un membro del gruppo

jihadista Seyoof al Islam, dichiarava che tale gruppo aveva compiuto un attentato contro la comunità cristiana di Saydna e contro il monastero di Deir Cherubim.

Il racconto del presunto attacco era intercalato con spezzoni poco chiari che apparentemente mostravano i danni subiti da una costruzione in cima a una collina e a una statua di Gesù. Nel sottoporre il video alla rete di Shabab Souria, Al-Orouba pose una semplice domanda: «Confermate o smentite?».

Un membro del gruppo, Mohammad Fakhr Eddin (tutti gli iscritti usano nomi in codice a tutela personale) rispose subito, notando che una piccola imprecisione grammaticale nell'arabo di chi scriveva era un dettaglio atipico per un jihadista. Avendo analizzato di centinaia di video e altri contenuti prodotti da jihadisti, il gruppo aveva notato l'ottimo uso del linguaggio da parte di costoro.

Un altro membro, Abu Nabil, fu d'accordo che la scarsa conoscenza dell'arabo tradiva il protagonista di quel video: non era chi pretendeva di essere. Nabil aggiunse che l'Islam proibisce attacchi contro le chiese, fatto su cui concordò un altro utente, cioè che i gruppi jihadisti di solito non colpiscono chiese in Siria, a meno che non siano importanti obiettivi militari.

Shamya Sy e Mohammad Fakhr Eddin aggiunsero un altro importante dettaglio sulla fonte: chi aveva caricato il video su YouTube — Nizar Nayouf — era notoriamente una persona inaffidabile. Come prova, aggiunsero che in passato Nayouf era stato responsabile di atti di propaganda a sostegno del regime di Assad con l'obiettivo di infamare gruppi anti-Assad.

«Quanto si dice nel video non trova riscontri da nessuna altra fonte», scrisse Abu Karam al-Faraty in un post sul gruppo.

Nessuno riuscì a trovare altri resoconti, immagini o video di Seyoof al Islam o altri gruppi jihadisti che avevano attaccato Deir Cherubin o la comunità cristiana di Saydna.

Nel corso del tempo, i membri di un gruppo come Shabab Souria sviluppano le proprie aree di competenza e accumulano una certa reputazione per il lavoro svolto. Sy e al-Faraty sono noti per l'impegno profuso: grazie al loro attento controllo delle informazioni sul tema, si sono affermati come esperti credibili per la verifica. Il fatto che proprio loro segnalavano l'inattendibilità della fonte stessa del video era un segnale importante.

Alla fine, ci misero meno di tre ore a stabilire che il video era falso. Mettendo insieme le competenze di vari membri del gruppo, furono in grado di capire se esistevano o meno altri video o resoconti di conferma; esaminare ed evidenziare la scarsa credibilità della fonte; analizzare il contenuto del video e identificare quegli aspetti che ne mettevano in

dubbio l'autenticità.

Sette diversi utenti collaborarono per smentire quel video, che avrebbe potuto dare impeto una guerra di propaganda la cui influenza raggiunge non soltanto i civili all'interno dei confini siriani ma anche i legislatori di altri paesi.

Come scrisse un utente in un post: «Il problema è che noi sappiamo che è falso, ma i media occidentali lo prendono per vero».

L'episodio accadde nel momento in cui l'intervento militare internazionale sembrava una possibilità concreta. Fu quindi importante smentire pubblicamente quel video, come fu importante anche il riconoscimento del ruolo decisivo svolto dai social media nel flusso dell'informazione sul conflitto siriano.

Capitolo 7: Integrare la molteplicità umana con la molteplicità computerizzata



Patrick Meier (Ph.D.) è un esperto internazionale nell'applicazione delle nuove tecnologie alle emergenze umanitarie. Autore del libro *Digital Humanitarians* (2015), è stato direttore dell'innovazione social del Computing Research Institute (QCRI) presso la Qatar Foundation, impegnato a realizzare [la prossima generazione di tecnologie a uso umanitario](#). Ha lavorato fra l'altro alle Nazioni Unite, alla Banca Mondiale ed è stato anche responsabile della mappatura delle crisi per Ushahidi. Il suo blog, [iRevolution](#), ha raggiunto quasi due milioni di visite. Twitter: [@patrickmeier](#).

Per decenni i giornalisti investigativi e quanti si occupano di diritti umani durante le crisi umanitarie hanno usato un misto di strategie per verificare le informazioni in situazioni di emergenza ed eventi d'attualità. Si tratta di competenze sempre più necessarie, vista l'ampia diffusione dei contenuti prodotti dagli utenti.

Molti si rivolgono ai “sistemi informatici avanzati” per accelerare e possibilmente automatizzare il processo di verifica. Come per altre tecniche, anche tali sistemi per verificare i contenuti in circolazione sui social media praticamente in tempo reale hanno i pro e i contro.

L'informatica avanzata si basa su due elementi: calcolo automatico (machine computing) e intervento umano (human computing). Il primo usa tecniche per processare il linguaggio naturale e il ‘machine learning’, mentre il secondo si appoggia a metodi di crowdsourcing e di micro-compiti (micro-tasking).

Attualmente l'applicazione di tali sistemi per verificare i contenuti prodotti dagli utenti è piuttosto ridotta, perché il campo di ricerca è ancora troppo giovane; le piattaforme di verifica e le tecniche descritte più avanti sono ancora in fase di sviluppo e di test. Di conseguenza, il valore che si aggiunge al processo di verifica resta ancora da dimostrare, pur se la tecnologia progredisce rapidamente e porterà nuovi contributi per automatizzare gli elementi del processo di verifica.

Al momento ci sono tre nuovi progetti in fase di sviluppo. Questo capitolo ne fornisce una panoramica, insieme a informazioni generali sull'integrazione tra competenze umane e automazione. Prima di cominciare, consentitemi una nota personale: ho

diretto l'organizzazione della struttura informatica per l'emergenza nei casi di Haiti, Filippine e Pakistan (descritti sotto), e fra l'altro sono impegnato nel progetto Verily e nella creazione del plug-in di credibilità per Twitter. Temi che illustrerò qui di seguito.

Human computing

Nello 'human computing', anche noto come 'crowd computing', la macchina affida certi compiti alla folla o al singolo, per poi raccogliere ed elaborare i risultati finali.

Un esempio precoce del ricorso allo human computing durante un'emergenza è stato dopo il terremoto che ha colpito Haiti nel 2010. [Ushahidi organizzò una piattaforma web di human computing](#) per dividere e assegnare i lavori di traduzione degli sms dal creolo haitiano all'inglese, trasmessi dalle comunità colpite dal disastro nei dintorni di Port-au-Prince. I messaggi tradotti sono stati poi smistati e mappati all'Ushahidi Haiti Crisis Map. Pur trattandosi della prima e unica occasione in cui Ushahidi ha usato piattaforme automatizzate, il successo di questa tecnica in caso di catastrofe ha dimostrato il suo valore aggiunto nella risposta ai disastri.

Lo human computing fu utilizzato di nuovo nel 2012, quando il tifone Pablo colpì le Filippine. Su richiesta delle Nazioni Unite, il Digital Humanitarian Network (DHN) [raccolse e analizzò tutti i tweet pubblicati durante le prime 48 ore dall'arrivo del tifone](#). Più nello specifico, ai volontari del DHN venne chiesto di identificare le immagini e i video caricati su Twitter, utili per stimare i danni causati dalle forti piogge e dalle raffiche di vento. Per portare a termine questo incarico, il DHN usò la piattaforma di micro-tasking gratuita e open-source [CrowdCrafting](#) per contrassegnare con tag appropriati ogni singolo tweet e immagine. Una volta elaborati, i dati finali vennero poi utilizzati per creare la mappa dei danni.

Il successo di quest'ultimo caso portò al lancio di una nuova applicazione di micro-tasking semplificata, chiamata MicroMappers. Sviluppata dal software di CrowdCrafting, Micromappers fu usata per la prima volta nel settembre 2013 per contrassegnare con appositi tag [i tweet e le immagini condivise online all'indomani del terremoto in Baluchistan](#). Questa operazione fu portata avanti dal DHN a seguito della richiesta nelle Nazioni Unite in Pakistan.

Lo human computing va ottenendo l'attenzione della comunità di addetti ai lavori, e a breve troverà ampio impiego anche nella verifica dei contenuti generati dagli utenti sui social media.

La piattaforma Verily

La piattaforma Verily (che ho contribuito a realizzare) usa lo human computing per raggruppare rapidamente prove che confermano o smentiscono le informazioni

condivise sui social media. Prevediamo che Verily venga usato per aiutare a chiarire i [rapporti contraddittori sui danni dei disastri naturale, un fenomeno che si ripete spesso durante e dopo gravi crisi](#). Ovviamente la piattaforma può essere usata anche per verificare immagini e riprese video.

Verily si ispira alla Red Balloon Challenge, lanciata nel 2009 dalla Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA). La gara richiedeva ai partecipanti di identificare correttamente le località in cui si trovavano 10 palloni atmosferici rossi sparsi nel cielo degli Stati Uniti.

La squadra vincente, che veniva da MIT, trovò tutti i palloni in meno di nove ore senza mai allontanarsi dai loro computer. In realtà ce la fecero grazie al coinvolgimento del pubblico sui social media, in particolare su Twitter. All'inizio della competizione, la squadra annunciò che, invece di tenere per sé i 40mila dollari del premio finale, in caso di vittoria lo avrebbe condiviso con gli utenti online che avrebbero dato loro una mano nell'individuare cercare quei palloni. In particolare, per incentivare la gente a partecipare, se ne uscirono con una mossa geniale. [Spiegarono così l'idea](#): «Daremo 2000 dollari a ogni persona che per prima ci indicherà le coordinate di un pallone. Ma non è tutto. Daremo anche 100 dollari alla persona che l'ha invitata. Poi daremo 500 dollari a chi ha invitato l'invitante, 250 dollari a chi ha invitato l'invitante dell'invitante, e così via».

Il progetto Verily usa lo stesso sistema di incentivi in forma di punteggi. Anziché cercare palloni meteorologici, la piattaforma facilita la verifica dei post sui social media pubblicati durante i disastri, una mossa mirata a coprire un'area geografica molto precisa, un'intera città, per esempio.

Pensate a Verily come a una bacheca Pinterest con oggetti che sono domande a cui si può rispondere sì o no. Per esempio: «Il ponte di Brooklyn è crollato a causa dell'uragano Sandy?» Gli utenti di Verily possono condividere questa richiesta di verifica su Twitter o Facebook, ma anche inviando una email a propri conoscenti che abitano in quella zona.

Chi ha delle prove per rispondere alla domanda può inviare un messaggio attraverso Verily, che ha due sezioni: una è per le prove che dimostrano la risposta affermativa; l'altra per quelle che dimostrano la risposta negativa. Il tipo di prova comprende testi, foto e video. Ogni singolo contenuto inviato a Verily va accompagnato da una spiegazione, inviata dal mittente tramite un modulo online, sul motivo per cui quella prova è rilevante e credibile.

Uno degli obiettivi secondari di Verily è anche quello di diffondere il pensiero critico. La [piattaforma Verily](#) è stata poi lanciata all'inizio del 2014 sotto lo slogan: «Crowdsurcing

Fact-checking».

Machine computing

Le notizie sul terremoto di magnitudo 8,8 che colpì il Cile nel 2010 trovarono ampia eco su Twitter. Come in tutti i casi del genere, nel bel mezzo della tragedia Twitter si trasformò in un fiume di voci e illazioni.

Tra queste illazioni ci fu l'allarme tsunami a Valparaiso. Un altro fu la voce di sciacallaggio in corso in alcuni quartieri di Santiago. Sebbene queste tipologie di voci infondate circolano molto, una recente ricerca empirica ha dimostrato che Twitter ha anche un meccanismo di correzione automatico. Uno [studio sui tweet condivisi subito dopo il terremoto cileno](#) rivelò che sono gli stessi utenti a contrastare autonomamente la diffusione delle bufale, mettendo in dubbio la credibilità di tali tweet.

Analizzando questa dinamica, i ricercatori hanno dimostrato che la credibilità dei tweet può essere in qualche modo prevista. Altre analisi sui dati [hanno dimostrato anche che i tweet di un certo tipo sono quasi sempre falsi](#). Per esempio, la lunghezza del testo, le parole usate, la quantità di hashtag e emoticon inclusi sono alcuni degli indicatori di credibilità o meno di un tweet. Lo stesso accade con [tweet che includono link a immagini e video](#) — il linguaggio usato diventa il primo strumento di verifica della loro credibilità.

Presi insieme, questi dati forniscono al computer i parametri e le informazioni di cui hanno bisogno per poter predire l'accuratezza dei tweet e di altri contenuti pubblicati sui social media. Ciò spalanca la porta all'uso massiccio dell'automazione nel processo di verifica delle informazioni durante i disastri, le situazioni di emergenza e altri eventi d'attualità.

Per quanto riguarda l'applicazione pratica, queste scoperte sono state usate per [sviluppare un "Credibility Plug-in" per Twitter](#). Avviato al Qatar Computing Research Institute, in partnership con l'Indraprastha Institute of Information Technology di New Delhi, il plug-in punta a valutare i tweet su una scala da 0 a 100 basata sulla probabilità che il contenuto di un dato tweet potesse o meno essere considerato credibile. Il plug-in è stato lanciato nella prima metà del 2014 ([anche per WordPress](#), ma non più aggiornato) e poi [ulteriormente modificato] (<https://chrome.google.com/webstore/detail/tweetcred/fbokljnlogeihdnkikeeneiankdgikg>). Il vantaggio primario di questa soluzione è che si basa totalmente sull'automazione, rendendola così assai più scalabile della verifica offerta da Verily, basata unicamente sullo human computing.

Elaborazioni ibride

La piattaforma Artificial Intelligence for Disaster Response (AIDR) è un ibrido che mette insieme lo human computing (microtasking) con i modelli di automazione informatica (machine learning). Il microtasking funziona prendendo un grande obiettivo e dividendolo in una serie di obiettivi più piccoli. Il machine learning serve invece per insegnare al computer come affrontare un singolo obiettivo.

L'AIDR consente agli utenti di insegnare a un algoritmo come reperire un'informazione interessante su Twitter. Il processo di formazione è portato avanti attraverso il micro-tasking. Per esempio, se la Croce Rossa fosse interessata a monitorare Twitter per trovare le prove dei danni infrastrutturali seguiti a un disastro, potrebbe usare l'interfaccia dell'AIDR per selezionare singoli tweet in cui si nominano tali danni. L'algoritmo, di conseguenza, può imparare da questo processo e trovare autonomamente nuovi tweet contenenti gli stessi termini

Quest'approccio ibrido può servire per identificare autonomamente le voci non confermate, in base a una serie iniziale di tweet dove si rilanciano tali voci. Identificare rapidamente le illazioni e la relativa fonte è una componente molto importante del processo di verifica dei contenuti prodotti dagli utenti. In tal modo i giornalisti o gli operatori umanitari possono identificarne rapidamente la fonte e quindi sapere chi contattare per avviare il processo di verifica.

Obiettivo del progetto non è soltanto quello di identificare voci, informazioni false o corrotte sui social media, bensì anche di correggere quell'informazione nel più breve tempo possibile. Una prima [versione dell'AIDR](#) è stata rilasciata nel novembre 2013 ed oggi è pienamente funzionante.

Accelerare il processo di verifica

Come già detto, il fatto che le piattaforme di verifica in atto siano supportate da processori avanzati significa che il loro valore ultimo per il processo di verifica dei contenuti generati dagli utenti non è ancora stato analizzato. Pur se queste piattaforme porteranno i loro frutti, non mancano le limitazioni da superare. Ma questi progetti iniziali sono essenziali per un'evoluzione significativa e per l'applicazione dell'informatica avanzata nei processi di verifica delle informazioni.

Una delle limitazioni è che inizialmente l'AIDR e il Credibility Plug-in erano completamente dipendenti da una singola fonte: Twitter. Ora vengono sperimentati su piattaforme cross-mediali per triangolare contenuti provenienti da fonti diverse, da diversi media e in lingue diverse. Mentre Verily, che è vicino a soddisfare queste necessità, si basa esclusivamente sull'intervento umano, cosa che non consente la facile scalabilità.

In ogni caso, queste soluzioni sono ancora lontane dall'essere l'elemento decisivo per

la verifica delle fonti atteso da molti. Come per altre piattaforme nel campo dell'informazione, intrusioni e sabotaggi rimangono un'eventualità concreta. Ma tali progetti sono effettivamente in grado di accelerare il processo di verifica e potranno solo migliorare nel tempo, con il sostegno degli esperti e di ulteriori investimenti.

Caso di studio 7.1: OpenStreetMap: integrare computer e persone per la mappatura delle zone colpite dal tifone Haiyan



Dan Stowell è un esperto di informatica specializzato in analisi audio. Collabora da tempo con OpenStreetMap, in particolare nel gruppo per i casi umanitari, dove si progettano mappe digitali, si organizzano operazioni sul campo e si sviluppa software personalizzato per ridurre i rischi di catastrofi. Ha un passato di sviluppatore di software open source ed è ricercatore presso il Centro di musica digitale della Queen Mary's University di Londra. [Sito web](#).

OpenStreetMap è un progetto collaborativo finalizzato a creare mappe a contenuto libero del mondo, basato sul modello di Wikipedia. Fornisce di mappe e cartografie tra le più dettagliate possibili, in particolare di molti paesi in via di sviluppo.

Quando il tifone Haiyan colpì le Filippine nel 2013, un gruppo di utenti volontari del progetto decise di verificare i danni riscontrati in zona – sotto il coordinamento dell'Humanitarian OpenStreetMap Team (HOT), che si attiva nel caso di crisi umanitarie mettendo in azione volontari per creare la rapida mappatura delle aree colpite. Il progetto integra valutazioni umane con analisi automatiche per produrre risultati poi utilizzati dalla Croce rossa, da Médecins Sans Frontières e da altre associazioni che operano nei territori colpiti.

Si tratta di una rete di volontari coordinati attraverso una mailing list e altri mezzi di comunicazione. 24 ore prima dell'arrivo del tifone, i membri del gruppo cercarono di capire quali aree sarebbero state le più colpite e stimarono la qualità dei dati esistenti preparandosi a una risposta rapida.

Una volta che il tifone raggiunse le Filippine e ne fu confermata la crisi umanitaria, il team attivò la rete di volontari per contribuire alla mappatura della zona, incluse le specifiche mappe richieste dalle organizzazioni di soccorso. Due gli obiettivi principali: fornire una mappa generale e dettagliata delle aree popolate e delle arterie stradali, e descrivere al meglio come si presentava il territorio dopo il disastro. Dove si trovavano i palazzi danneggiati o distrutti? Quali erano i ponti crollati o inagibili?

Il lavoro viene coordinato attraverso il Tasking Manager (riportato sotto), che consiste in una piattaforma di micro-compiti ('micro-tasking') per realizzare la mappa generale.

Consente agli amministratori del progetto di specificare un certo numero di incarichi — per esempio, la mappatura di strade e palazzi in una zona precisa — e li divide in piccoli sotto-compiti, ognuno dei quali è gestibile da un unico volontario che può fare la tracciatura da un'immagine aerea.

OSM Tasking ManagerYou are mclid

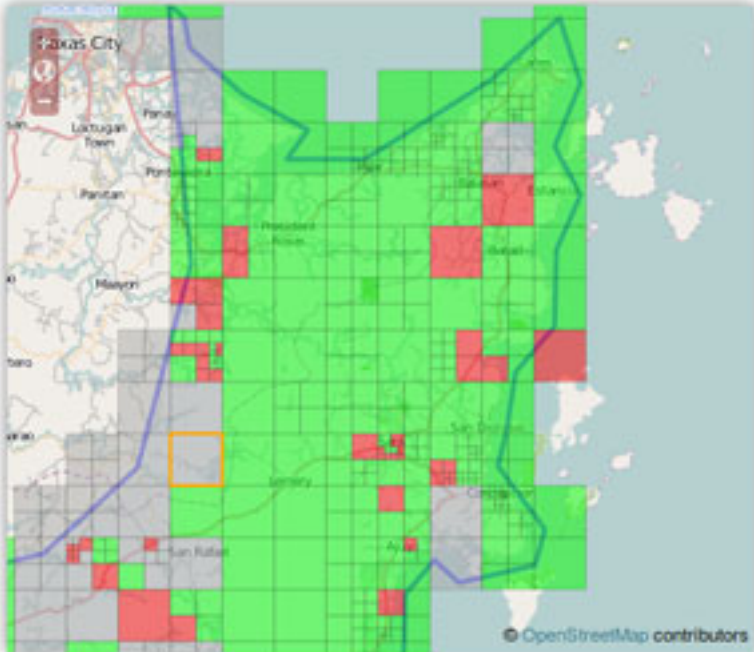
Typhoon Haiyan - Panay Island Eastern Side Initial Mapping

DescriptionWorkflowTaskUsersStats

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

3. Add a comment and mark the task as done.
Comment
[Mark task as done](#)



© OpenStreetMap contributors

Legend: Total (822) Done (603) Validated (505) Curr. worked on (1)

Durante l'emergenza Haiyan, hanno contribuito al progetto oltre 1500 volontari, con più di 100 persone che usavano il Tasking Manager in contemporanea. Era cruciale suddividere ogni incarico per distribuire al meglio gli sforzi collettivi.

Dopo aver deciso il proprio incarico, un volontario lavora sulla sua zona di OpenStreetMap e ne contrassegna i mini-obiettivi "fatto" (i rettangoli rossi nell'immagine). In ogni caso, il Tasking Manager ha bisogno di una seconda persona, con più esperienza, per verificare quanto fatto, per poi contrassegnare l'obiettivo come "valido" (in verde). (Se l'obiettivo non è stato completato in modo soddisfacente, la seconda persona toglie invece la spunta "fatto"). I volontari possono lasciare commenti sulla pagina degli obiettivi, spiegando le ragioni per la mancata convalidare o segnalando qualsiasi problema.

Le immagini aeree sono cruciali per permettere ai volontari di contribuire alla costruzione della mappa da remoto, tracciando strade, palazzi e altre infrastrutture. Microsoft fornisce le immagini globali di Bing per essere usate con OpenStreetMap – è quanto accadde anche con le immagini per il tifone Haiyan.

Rappresentanti dell'Humanitarian OpenStreetMap contattarono inoltre agenzie e aziende quali NASA, USGS e DigitalGlobe per ottenere immagini satellitari ad alta definizione. Una volta rese disponibili, il gruppo incluse nuovi compiti nel Tasking Manager, chiedendo ai volontari di verificare e ampliare la copertura della mappa delle Filippine.

Il Tasking Manager è il passaggio di verifica più evidente, ma l'ecosistema di OpenStreetMap si basa anche su verifiche automatiche e importanti. Il software di 'map-editing' JOSM convalida automaticamente ogni modifica da parte di un utente prima di caricarla, visualizzando un avviso quando s'imbatte in dati improbabili, come palazzi posti gli uni sugli altri o fiumi che non s'incrociano.

Altri strumenti automatici scansionano regolarmente il database di OpenStreetMap alla ricerca di potenziali problemi. I volontari più esperti li usano per apportare modifiche e risolvere problemi o contattare direttamente i volontari interessati.

Questo flusso di lavoro (combinato con la costante comunicazione e il coordinamento via mailing list, blog e wiki) garantisce una struttura di convalida che va a integrarsi con l'apporto dei volontari. Il modello rimane completamente aperto, senza alcuna pre-moderazione e con una gerarchia semi-informale di convalidatori, producendo rapidamente mappe molto dettagliate e reputate assai valide dalle agenzie internazionali di soccorso.

Dal momento che i dati sono aperti, le agenzie che ne avevano bisogno all'indomani del tifone Haiyan hanno potuto utilizzarli come meglio credevano: stampandoli come mappe, scaricandole per le unità SatNav, usandoli per localizzare centri popolati e villaggi, analizzandoli per capire i modelli di evoluzione delle epidemie.

Queste mappe di dati aggiornate rapidamente possono essere usate anche dai giornalisti che hanno dimestichezza con i geodati, per ricavarne informazioni contestuali e geolocalizzate su dati in entrata o su altre fonti di informazione come i tweet, per verificare le dichiarazioni relative ai danni nelle diverse aree o per produrre le infografiche dei danni e della propagazione di una catastrofe.

Capitolo 8: Preparare la copertura mediatica nelle situazioni d'emergenza



Sarah Knight è responsabile dei contenuti per la [ABC Local Radio](#) nell'Australia Occidentale. Nei suoi 25 anni passati alla Australian Broadcasting Corporation, ha lavorato a numerose emergenze per conto di radio locali, tra cui gli incendi di Roleystone Kelmscott e Margaret River nel 2011 e il ciclone tropicale Rusty. Si è anche occupata di formazione alla gestione delle emergenze all'interno della stessa organizzazione. Knight è incaricata di gestire lo staff di sei stazioni radio, dalla zona settentrionale, ad alto tasso di incendi e inondazioni, all'area meridionale, spesso colpita anche da cicloni.

Tradizionalmente i grandi media devono assolvere a due compiti durante una emergenza. Il primo è fornire alla popolazione le informazioni necessarie per far fronte all'emergenza, che devono essere chiare, tempestive e univoche. Spesso queste informazioni provengono direttamente dalle agenzie governative, dall'esercito, dai pompieri, dalla polizia o da altre fonti ufficiali.

Il secondo ruolo è, o dovrebbe essere, nient'altro che quello che dovrebbero fare tutte le redazioni ogni giorno: diffondere le informazioni importanti senza favoritismi né pregiudizi.

Ai nostri giorni emerge anche un terzo compito. Oggi spesso la gente viene a sapere di una catastrofe tramite i social media. Mentre finora erano le prime a informare, ora le redazioni e altre organizzazioni giornalistiche si trovano a essere le fonti secondarie di verifica, una specie di filtro che separa la verità dal rumore di fondo e dalle voci infondate.

La preparazione è la chiave di svolta per fornire informazioni accurate a chi ne ha bisogno e per assicurarsi di non diffondere notizie false o tendenziose.

Cosa possiamo fare per informare tutelando il pubblico e per imporsi come fonte affidabile durante certi momenti di caos e confusione? In questo capitolo illustreremo alcuni semplici passi per preparare i giornalisti e le redazioni a fornire informazioni di qualità e tempestive durante le situazioni d'emergenza.

Elementi di preparazione

La prima cosa è decidere quale ruolo informativo dobbiamo svolgere. Stiamo facendo informazione e/o fornendo assistenza alla comunità rilanciando avvisi e consigli tempestivi? La Australian Broadcasting Corporation separa le due attività. La redazione si occupa dell'evento in sé, mentre i programmi sulle radio locali e sul canale di notizie, News24, diffondono in primo luogo gli avvisi e le direttive ufficiali, e solo in seguito le informazioni.

Secondo la policy della ABC, in situazioni d'emergenza i programmi devono trasmettere gli avvertimenti formali e ufficiali, oltre a informazioni provenienti da altre fonti, compresi gli appelli degli ascoltatori, dei telespettatori e i messaggi sui social media. La nostra policy non si applica «allo staff e ai collaboratori della ABC News Division, la cui copertura dell'emergenza è esclusa».

Informazione locale

Una volta definiti questi ruoli, la cosa successiva da fare è fornire al pubblico le informazioni locali per interventi rapidi e per capire le potenziali implicazioni della minaccia. Ciò comporta l'analisi delle possibili situazioni d'emergenza per la vostra zona e annesse preparazioni.

Qualche domanda da cui partire:

- Quali sono i disastri naturali che accadono più frequentemente nella vostra zona?
- Che tipo di reati o emergenze tendono a presentarsi?
- Quali sono le strutture fondamentali della vostra zona (autostrade, ponti, ecc.)?
- Ci sono potenziali obiettivi sensibili come agenzie governative o installazioni militari?
- Quali sono le strade a rischio o altre infrastrutture dove spesso accadono incidenti d'emergenza?
- Nel quartiere o nella regione ci sono gang, gruppi criminali, ecc.?

Ora che avete identificato alcune delle situazioni più comuni, occorre mettere insieme un elenco di fonti autorevoli (ufficiali o meno) che potrebbero fornire informazioni utili e cruciali.

Queste fonti includono le squadre di pronto intervento (sono su Twitter? Su Facebook? Si riesce a mettere insieme un elenco di account da avere sottomano?), ma anche esperti locali nelle università, le ONG, gli uffici governativi, i responsabili della comunicazione di organismi importanti, imprese e altre organizzazioni.

Raccogliete numeri di telefono, account Twitter, pagine Facebook e mettete tutto in un

unico file di formato accessibile, sia esso un database condiviso, un foglio di calcolo o altro. Organizzate i vostri contatti a seconda della situazione in cui possono tornare utili.

Costruire un network

Ogni giornalista e operatore umanitario ha bisogno di contatti in loco. Non ci si deve però limitare ai numeri di telefono, bensì bisogna creare una rete di relazioni. Fonti fidate che potete chiamare per avere informazioni di qualità. Fonti che si fidano di voi. È impossibile avviare legami di fiducia nel bel mezzo di una situazione di emergenza.

Dovete essere proattivi. Se possibile, incontrate le vostre fonti faccia a faccia. Invitatele a venire a trovarvi in redazione o dove lavorate. Mostrate loro come usate le informazioni che vi passano. Spiegate loro come potrete aiutarli a inoltrare i loro messaggi alla gente che ne ha bisogno. Trovate il tempo per far loro una visita e vedere come lavorano durante una situazione d'emergenza. Cercate di capire come si muovono e la pressione a cui sono sottoposti. Conoscerli personalmente vi aiuterà ad avere un canale prioritario quando saranno troppo occupati per gestire molteplici richieste contemporanee.

Come per le relazioni con le persone chiave nei servizi d'emergenza, con altre organizzazioni e le agenzie di stampa, è cruciale fare attenzione alle relazioni con il pubblico. Sanno che fornirete loro informazioni tempestive? Sanno quando potranno ascoltarla o vederle? Conoscono i servizi che potete fornire (e quali invece non fornite) durante un'emergenza?

Per le redazioni, preparare programmi sulla situazione è un modo per comunicare il fatto di essere una fonte di informazioni che può aiutare il pubblico. Per esempio, alla ABC pubblichiamo articoli con [previsioni sulla prossima stagione degli incendi](#), oppure [delle guide per preparare kit d'emergenza](#). Contenuti di questo tipo possono essere proposti da redazioni, agenzie di pronto intervento o altre organizzazioni, e si rivelano assai utili per rendervi potenzialmente utili al pubblico.

È anche molto importante che le informazioni fluiscano nel verso opposto. Durante un'emergenza, il pubblico e la comunità sono un'importante fonte di informazioni per voi. Incoraggiate i cittadini a chiamare, a inviare email o sms per fornire informazioni: notizie sul traffico e foto sulle condizioni metereologiche, tanto per cominciare.

Formazione del personale

Alla ABC seguiamo un "Emergency Broadcast Plan" [Piano per la programmazione sull'emergenza] che include istruzioni chiare su come comportarsi in caso di annunci d'emergenza o informazioni ufficiali e altri dettagli in diretta per essere sicuri che

arrivino a chi ne ha bisogno. Sono anche previste informazioni a uso dei conduttori in diretta per aiutare gli ascoltatori. Si tratta di informazioni raccolte da diversi organismi di gestione delle emergenze. Per esempio: «Riempite d'acqua la vasca del bagno così da poterla usare per spegnere incendi localizzati anche se la pressione dell'acqua dovesse diminuire», oppure «Fissate le protezioni anti ciclone. Bloccate porte e finestre con tavole di legno».

Parte della preparazione deve includere la raccolta di consigli e avvisi utili da fornire al pubblico durante l'emergenza, materiale che potete procurarvi per tempo presso le fonti primarie.

È importante predisporre procedure interne per ricontattare tali fonti per assicurarvi che quelle informazioni siano sempre aggiornate. Questo passaggio può anzi essere programmato periodicamente se la vostra zona è soggetta a emergenze metereologiche.

Nel nord dell'Australia, per esempio, i cicloni rappresentano un problema serio. Sono anche piuttosto prevedibili, visto che avvengono quasi sempre nella stessa stagione. Prima che inizi la stagione, quindi, aggiorniamo i piani d'emergenza locali e ricontattiamo le agenzie territoriali per controllare che le informazioni in nostro possesso siano ancora corrette. È anche il momento per far testare le procedure allo staff, diviso in piccoli gruppi.

Ciò non soltanto garantisce che tali informazioni siano sempre aggiornate, ma ci consente di rafforzare o riprendere le relazioni trascurate nel periodo di calma.

Un'utile strumento per addestrare lo staff è programmare simulazioni di lavoro basate su precedenti esperienze. Le situazioni ipotetiche spingono lo staff a riflettere su come comportarsi e cosa fare, e spesso danno vita ad accese discussioni sul modo migliore per agire. Visto che la tecnologia e gli strumenti cambiano in continuazione, così potrete anche esser certi di essere sempre aggiornati anche in quest'ambito.

Ecco alcuni esempi di situazioni ipotetiche a diversi livelli:

- Cosa fare quando si prevede un evento metereologico catastrofico?
- Cosa fare quando vi viene chiesto di evacuare lo studio?
- Cosa fare se l'emergenza colpisce improvvisamente durante le normali attività?

La salute e la sicurezza sul lavoro sono questioni importanti. Assicuratevi che i vostri collaboratori siano adeguatamente preparati per lavorare in condizioni di emergenza. In Australia, per esempio, pompieri e autorità di pronto intervento tengono corsi di aggiornamento per la sicurezza dei reporter che operano durante gli incendi; chi non ha frequentato i corsi non può seguire queste emergenze.

Anche le organizzazioni per la gestione delle emergenze spesso tengono corsi di formazione per giornalisti – in caso di incendi, per esempio. Ciò è fondamentale se poi soltanto ai giornalisti che hanno frequentato questi corsi sarà consentito accedere alla zona dell'incendio per seguire e informare sugli sviluppi. (Questi corsi possono anche diventare un'occasione per avere relazioni dirette con le organizzazioni di soccorso e costruire un rapporto di fiducia). Per tali organizzazioni, la formazione è particolarmente importante perché prepara persone che possono restare sul campo per lunghi periodi di tempo.

Infine, non trascurate i nuovi membri del gruppo. La nostra policy è di introdurre i nuovi membri dello staff alle procedure di emergenza entro le prime due settimane di lavoro. Purtroppo le emergenze non aspettano la seduta annuale di preparazione!

Comunicazione interna

Non è sufficiente avere modalità di comunicazione rapide con le fonti esterne. Bisogna organizzare adeguatamente anche il flusso di lavoro e la comunicazione con i colleghi.

Ecco le domande fondamentali a cui trovare risposta:

- Come comunicare al resto dell'organizzazione quello di cui vi state occupando?
- Chi ha l'incarico del controllo finale prima che qualcosa venga pubblicato, mandato in onda o condiviso?
- C'è un 'paywall' per l'accesso al sito web che va disabilitato in caso d'emergenza?
- Si prevede una sezione apposita per l'emergenza sul sito web?
- Cosa deve sapere/fare la squadra tecnica? E i programmatori del sito web, e chi cura i social media?
- L'infrastruttura tecnica di comunicazione è ben funzionante?

Alla ABC abbiamo sviluppato un "Situation Report" distribuito via email interne in occasione di emergenze importanti. In tal modo tutti sono a conoscenza della minaccia, di come si muove la ABC e di chi sta gestendo l'emergenza all'interno. Il "Situation Report" è uno strumento utile non soltanto per comunicare internamente ma anche come elenco di cose che i manager devono tenere d'occhio quando si rischia la paralisi per il sovraccarico di informazioni.[^1]

[^1]: Per saperne di più, si veda "The Checklist Manifesto" di Atul Gawande

In ogni regione vengono predisposti elenchi di indirizzi email per il personale chiave, con regolari aggiornamenti per garantire la distribuzione dei contenuti. Da considerare anche le liste di sms e altri metodi per inviare informazioni allo staff. (Noi usiamo 'Whispir', uno strumento per inviare email e messaggi di allerta in caso di notizie importanti).

Durante un'emergenza seria, come per esempio per gli incendi che hanno colpito il New South Wales, abbiamo chiesto al resto del network di non contattare il gruppo presente sul campo per interviste sull'emergenza. Abbiamo anche chiesto alle squadre al di fuori di quell'area di non chiamare le autorità per non sovraccaricare le linee. A volte incarichiamo specificamente qualcuno di occuparsi delle richieste esterne, per consentire così al team di continuare a informare tempestivamente il pubblico sull'emergenza in corso.

Quando c'è una notizia da verificare, l'elemento chiave da comunicare è la procedura sul modo in cui informazioni e contenuti verranno raccolti, controllati, e poi approvati o rifiutati. Chi controlla e chi rivede il lavoro? Come fare per assicurarvi che ogni contenuto venga rivisto da più persone, pur continuando a darsi da fare velocemente per reperire le informazioni importanti?

Le trasmissioni dopo l'emergenza

Le organizzazioni vogliono sempre seguire e affrontare l'emergenza durante il suo svolgimento, ma le comunità colpite possono metterci mesi, a volte anni, per recuperare. Le redazioni dovrebbero pianificare la loro presenza dopo la catastrofe per aiutare le comunità colpite con informazioni utili.

Ciò può favorire la costruzione di rapporti di fiducia tra il pubblico e l'organizzazione. Una delle comuni lamentele del pubblico nel post-emergenza è una certa sensazione di abbandono.

Anche i membri dello staff devono recuperare. Spesso questi eventi sono traumatici non soltanto per chi ne ha subito danni diretti. Anche i vari collaboratori interni, o qualcuno dei loro familiari, possono esserne vittime.

Dopo l'incendio del Black Saturday a Victoria, nel 2009, molti membri dello staff hanno dichiarato di essersi sentiti impotenti dopo aver ricevuto decine di chiamate da parte di persone disperate che si trovavano nella zona degli incendi. E anni dopo le inondazioni del 2011 nel Queensland, alcuni membri dello staff coinvolti riportarono sintomi da stress post-traumatico.

È importante che lavoratori e manager sappiano riconoscere i sintomi dello stress sul posto di lavoro e che abbiano gli strumenti per intervenire.

Si può informare sull'emergenza anche senza simili preparazioni. senza essere preparati, ma il lavoro risulterà sicuramente più efficace e meno stressante se c'è un piano da seguire, se le relazioni con l'esterno siano state avviate, se la comunicazione interna è attiva e lo staff si sente al sicuro tramite simulazioni e addestramento, offrendo supporto sia durante che dopo l'evento.

Consigli per le organizzazioni umanitarie

Le organizzazioni umanitarie devono avere bene in mente l'obiettivo delle loro comunicazioni. State tentando di reperire informazioni utili e inoltrarle al vostro gruppo sul campo per organizzarne meglio il compito? State fornendo informazioni ai media o alle autorità? State comunicando direttamente con il pubblico tramite le piattaforme di social media?

Ricordate che se non siete voi a dire esattamente al pubblico di cosa si occupa esattamente la vostra organizzazione... chi potrà farlo? Se lo lasciate fare a qualcun altro potrebbero nascerne imprecisioni. Assicuratevi che non ci sia mai un vuoto informativo.

Caso di studio: La NHK News giapponese dopo il terremoto del 2011



Takashi Ōtsuki è vice-direttore del Centro meteorologico e per i disastri della [NHK News](#), il servizio pubblico radiotelevisivo giapponese, dove si occupa dell'informazione per disastri di larga scala. Precedentemente ha lavorato in varie sedi regionali, nella redazione del telegiornale e delle notizie locali, curando le trasmissioni su disastri naturali quali l'eruzione del monte Oyama nell'isola di Miyake, del monte Usu nel nord del Giappone e il terremoto di Izmir del 1999 in Turchia.

Quando il Giappone venne colpito da un forte terremoto, nel pomeriggio dell'11 marzo del 2011, la NHK stava trasmettendo un dibattito dal vivo sul canale principale.

L'agenzia meteorologica giapponese (JMA) diffuse l'allarme 30 secondi dopo la prima scossa e la NHK reagì immediatamente inserendo sullo schermo una mappa della zona colpita, per indicare il luogo dell'epicentro e le aree che probabilmente avrebbero subito altre scosse. La grafica era accompagnata da un allarme audio (sulla base delle rilevazioni di sismografi piazzati in tutto il Giappone).

Un minuto dopo l'allarme del JMA, tutti i programmi televisivi e radiofonici della NHK furono dedicati alla diretta sul terremoto e annunciarono l'allarme tsunami.



La NHK lavorò a stretto contatto con la JMA per assicurare un elevato standard di prontezza e la rapida comunicazione degli eventi. L'emittente approntò un sistema per creare rapidamente grafici e produrre automaticamente infografiche da mandare subito in onda. Vennero anche trasmessi brevi corsi di addestramento dopo mezzanotte, quando non erano previsti altri programmi (per via del monitoraggio continuo e di eventuali dirette d'emergenza). Grazie a un tale livello di preparazione per le catastrofi, potevamo spostarci rapidamente per mandare in onda i servizi immediatamente dopo le prime scosse.

La preparazione alle catastrofi della NHK non è legata soltanto agli allarmi del JMA. Lavoriamo anche seguendo le riprese di 500 telecamere-robot approntate nelle maggiori città, nelle aree costiere e vicino alle centrali nucleari. Queste ci forniscono un numero enorme di filmati dal vivo non appena accade una catastrofe. Per esempio, durante il terremoto del 2011, una telecamera riprese (come mostra l'immagine sotto) un'ondata dello tsunami mezz'ora dopo l'avviso del terremoto.



La NHK usò anche le immagini aeree scattate o filmate dagli elicotteri, da cui si evidenziavano gli effetti del terremoto e dello tsunami. Potevamo così trasmettere in diretta le incredibili immagini dello tsunami che colpiva le case di Sendai appena un'ora dopo l'arrivo del terremoto (si veda sotto). Presto avremo fino a 15 elicotteri in 12 località, consentendoci così di raggiungere e trasmettere da qualsiasi luogo del paese entro un'ora dai fatti.



La NHK ha anche iniziato a diffondere l'informazione del terremoto su altre piattaforme. Le dirette televisive e radiofoniche sono state trasmesse in streaming su piattaforme quali Ustream e Niconico Live. Venissero subissati di richieste da parte del pubblico

per avere notizie sui propri cari. Per dare una risposta efficace a questo livello, caricavamo tutte le informazioni disponibili direttamente su [Google Person Finder](#), piattaforma che «aiuta la gente a ritrovare amici e parenti dopo crisi umanitarie o disastri naturali».

Adattarsi e migliorare

Dopo quel terremoto, la NHK si è impegnata per migliorare i punti deboli dell'informazione in simili situazioni, come testimoniamo le cinque iniziative lanciate immediatamente dopo quell'evento:

1 . Migliorammo l'informazione per renderla più comprensibile sia a livello visivo che audio. La nostra copertura precedente rivelava un approccio fattuale e distaccato, focalizzato principalmente alla comunicazione dei dettagli del terremoto (del tipo, l'epicentro, l'altezza stimata delle onde dello tsunami, ecc.). Oggi, in caso di simili emergenze, per prima cosa la TV pubblica trasmette inviti ad evacuare certe zone, enfatizzando la necessità di farlo lentamente in modo da non creare panico. Usiamo anche un segnale grafico quando c'è un allarme e l'ordine di evacuazione (come illustrato sotto). Ciò consente a chi ha ridotte capacità uditive di ricevere comunque le informazioni essenziali.



2 . Con il terremoto del 2011, molte testate si sono affidate ai comunicati stampa del governo e delle aziende energetiche per illustrare la situazione degli impianti nucleari. Ciò era dovuto al limitato accesso agli impianti e significava che non eravamo in grado di verificare in modo indipendente quelle informazioni. Per prepararci meglio e

assicurare agli ascoltatori che le informazioni ufficiali vengano presentate in modo più accurato e contestualizzato, ora insegniamo ai giornalisti anche nozioni scientifiche e specialistiche. Cerchiamo anche di presentare le opinioni degli esperti, fornendo previsioni sull'impatto del terremoto o di altri incidente agli impianti nucleari.

3 . Oggi chi vive nei luoghi colpiti dai disastri usa i social media per connettersi con radio, giornali locali e tra di loro. Per assicurarci che i nostri reporter sappiano usare efficacemente i social media in simili circostanze, la NHK ha messo a punto nuove linee guida per i protocolli necessari rispetto ai contenuti prodotti dagli utenti – incluse anche istruzioni per identificare voci e false informazioni.

Abbiamo anche implementato una squadra di “Social Listening”, focalizzata su monitoraggio e verifica dei contenuti in circolazione sui social media. Come illustrato sotto, il gruppo si è concentrato sulle liste di Twitter per pre-organizzare una rete di fonti per garantire un miglior livello di monitoraggio e ‘fact-checking’.



4 . Abbiamo lanciato la nostra piattaforma dedicata ai contenuti prodotti dagli utenti, la NHK ScoopBox. Grazie alle necessarie informazioni di contatto e località, è così più facile raggiungere direttamente le fonti e confermarne i contenuti. Quando un tornado colpì la regione di Kanto nel settembre 2013, la ScoopBox ci permise di trovare, identificare e verificare 14 contenuti specifici caricati dagli utenti da usare poi trasmissioni locali e nazionali.

5 . Subito dopo il terremoto, molte immagini delle telecamere-robot andarono perse per via delle interruzioni di corrente che colpirono varie regioni. La portata dei danni e le restrizioni di sicurezza imposte a Fukushima, lo staff della NHK fu impossibilitato a ricaricare le telecamere. Per scongiurare questo pericolo in futuro, abbiamo messo a

punto un sistema per generare energia da sole e vento, nonché un modo per accumularla più efficacemente nelle telecamere-robot. (Si veda sotto una telecamera dotata di pannelli solari).



Capitolo 9: Procedure e controlli per una verifica efficace



Craig Silverman è un giornalista-imprenditore, fondatore di [Regret the Error](#), un blog del Poynter Institute che si occupa di errori, accuratezza e verifica nel giornalismo (con omonimo libro pubblicato nel 2007). Ha messo a punto un [corso di studi](#) sulla verifica nell'era digitale per la Poynter News University. È anche co-direttore di [Spundge](#), piattaforma che valorizza le competenze dei professionisti tramite la produzione di contenuti. In precedenza ha collaborato al lancio di OpenFile, start-up d'informazione locale dedicata a sei città canadesi, e ha ottenuto il riconoscimento della U.S. National Press Club, il Mirror Awards, il Crime Writers of Canada e il National Magazine Awards (Canada). Twitter: [@craigsilverman](#).



Rina Tsubaki guida e gestisce i progetti "[Verification Handbook](#)" e "[Emergency Journalism](#)" presso l'[European Journalism Centre](#) in Olanda, dedicate ai giornalisti che lavorano situazioni instabili nell'era digitale. In precedenza, ha curato progetti focalizzati sul ruolo dei cittadini nella trasformazione del mondo dell'informazione e nel 2011 ha coordinato il rapporto di [Internews Europe](#) sulla comunicazione durante il terremoto del 2011 in Giappone. Ha anche collaborato con l'Hokkaido Shimbun, quotidiano regionale giapponese. Twitter: [@wildflyingpanda](#).

Le basi della verifica

- Predisponi un piano e delle procedure per la verifica prima che avvengano emergenze o eventi importanti.
- La verifica è un processo. Il percorso per la verifica può variare in funzione di ogni fatto.
- Verifica la fonte e il contenuto che fornisce.
- Evita di ripetere o fidarti troppo delle fonti, che si tratti di testimoni oculari, vittime o autorità. I resoconti di prima mano possono rivelarsi poco accurati o

manipolativi, snaturati dall'emozione e basati su ricordi confusi o prospettive ristrette.

- Metti alla prova le fonti chiedendo «Come fai a saperlo?» e «Chi altri può saperlo?».
- Confronta quanto riportano queste ultime con altre fonti considerate credibili, inclusa documentazione quali fotografie o registrazioni audio/video.
- Chiediti: «Ne so abbastanza per poter verificare?». Sei abbastanza informato su argomenti complessi come la diversità culturale, etnica e religiosa?
- Collabora con colleghi ed esperti; non fare tutto da solo/a.

Verificare contenuti prodotti dagli utenti

- Parti sempre dal presupposto che il materiale sia inaccurato o che sia stato 'rubato', ripreso, tagliato, duplicato e/o ridiffuso da un contesto diverso.
- Segui questi passi per la verifica:
 1. Identifica e verifica la fonte originale del contenuto (incluso luogo, data, orario approssimativo).
 2. Confronta la tua fonte con altre, mettila alla prova.
 3. Ottieni l'autorizzazione dell'autore per usare quel materiale (foto, video, audio).
- Cerca sempre di scoprire tutto quel che puoi su chi ha caricato il materiale e verifica quanto più puoi prima di contattarlo e chiedere se si tratta della vittima, di un testimone o del creatore originale del contenuto.

1. Identifica e verifica la fonte originale del contenuto (incluso il luogo, la data, orario approssimativo).

Provenienza

Il primo passo per verificare i contenuti prodotti dagli utenti è identificarne il materiale originale, che sia un tweet, un'immagine, un video, un testo, un messaggio e via dicendo. Queste alcune delle domande da cui partire:

- Si trovano contenuti simili, se non addirittura lo stesso materiale, in qualche altro ambito online?
- Quando è stata caricata/condivisa la prima versione del contenuto?
- È identificabile il luogo di provenienza? Il contenuto era geolocalizzato?
- C'è qualche link a siti web nel contenuto in questione?
- Si può identificare chi ha creato e condiviso il contenuto? È possibile contattarlo per saperne di più? (Si veda la successiva sezione, "Fonte").

Per verificare la provenienza delle immagini:

- Usa Google Image Search o TinEye per effettuare una ricerca inversa su immagini e video. Se saltano fuori tanti link alla stessa immagine, clicca su “View Other Sizes” per trovare le versioni alla maggiore risoluzione, che di solito sono le versioni originali.
- Controlla se l'immagine include i dati EXIF (metadati). Usa software come Photoshop o strumenti gratuiti come Fotoforensics.com o Findexif.com per trovare informazioni su modello della fotocamera, orario (attenzione: data e orario potrebbero riferirsi alle impostazioni del produttore), dimensioni dell'immagine originale.
- Social network come Twitter, Facebook e Instagram eliminano tutti i metadati, Flickr invece fa eccezione. Meglio usare Geofeedia e Ban.jo per identificare i dati GPS del dispositivo da cui è stata caricata l'immagine.

Per verificare la provenienza dei video:

- Usa acronimi, nomi e altri pronomi come termini-chiave per la ricerca su piattaforme di condivisione-video quali YouTube, Vimeo e Youku.
- Usa Google Translate quando hai a che fare con contenuti in una lingua straniera.
- Usa il filtro per data per trovare i video più recenti in base ai termini-chiave.
- Usa Google Image Search o TinEye per effettuare ricerche inverse sui ‘thumbnail’ del video.

Fonte

Una volta identificato il contenuto originale, vanno raccolte informazioni sull'autore. L'obiettivo è confermare se la persona che sta dietro quell'account è una fonte affidabile o meno. Esaminane le tracce digitali rispondendo a queste domande:

- Puoi confermare l'identità e il contatto della persona in questione?
- Hai già visto in giro quell'account? Ne hai già notato materiali o resoconti affidabili prima d'ora?
- Ricostruisci le sue attività sul social network:
 - Appare attivo? Di cosa parla? Quali contenuti condivide?
 - Quali informazioni biografiche compaiono sull'account? Ci sono link esterni?
 - Che tipo di contenuti ha caricato in precedenza?
 - Dove vive, almeno a giudicare dall'account?
- Ricostruisci i suoi contatti sul social network:
 - Chi sono gli amici e i follower?
 - Chi segue?
 - Con chi interagisce?
 - È incluso in qualche lista?
- Prova a cercare altri account con lo stesso nominativo o nome-utente su altri

social network, così da raccogliere altre informazioni personali:

- Se trovi un nome reale, usa appositi strumenti di ricerca (Spokeo, White Pages, Pipl.com, WebMii) per trovare indirizzo di casa, email e numero telefonico.
- Controlla su altri social network, tipo LinkedIn, per ricostruire il suo eventuale ambito professionale.
- Controlla se il suo account Twitter o pagina Facebook sono verificati con la spunta blu. Se ciò è vero, passandovi sopra il cursore comparirà la scritta "Verified Account" o "Verified Page." Se non compare, quella spunta è falsa.

Quando hai a che fare con immagini e video, cerca di adottare il punto di vista di chi ha girato il video o scattato la foto. (Ciò vale anche quando cerchi di verificare informazioni testuali). Rispondi a queste domande per controllare la credibilità delle tue fonti:

- Chi sono?
- Dove si trovano?
- Da quanto tempo sono lì?
- Cosa possono vedere (e cosa mostrano i loro video/foto)?
- Dove si trovavano quando hanno girato/scattato il video/foto?
- Perché si trovavano lì?

Metti in relazione la loro attività con quella di qualsiasi altro loro account rispondendo a queste domande:

- Cerca su Twitter o Facebook il codice unico del video — ci sono account affiliati?
- Ci sono altri account — su Google Plus, un blog o un sito — elencati nel profilo o affiliati in altro modo?
- Quali indicazioni danno gli account affiliati rispetto a località, attività, affidabilità, inclinazioni o pianificazioni?
- Da quanto tempo sono attivi questi account? Qual è il livello di attività? (Più attivi sono e da più tempo lo sono, più l'affidabilità sarà potenzialmente alta).
- Chi sono gli account collegati sui social media, e cosa ci dicono dell'autore in questione?
- Ci sono informazioni su Who.is per il sito affiliato?
- La persona in questione è presente negli elenchi locali del telefono, su Spokeo, Pipl.com o WebMii o LinkedIn?
- Le sue frequentazioni e attività social indicano che si trova vicino alla località/storia del contenuto?

Contenuto

Data

Verifica data e orario approssimativo, soprattutto quando hai a che fare con foto o video:

- Controlla le informazioni meteorologiche del giorno e del luogo dell'evento. Le condizioni atmosferiche indicate dalle previsioni locali corrispondono a quelle del contenuto? Usa Wolfram Alpha per effettuare ricerche circoscritte, del tipo: «What was the weather in London, England, on January 20, 2014?» []«Che tempo faceva a Londra, Inghilterra, il 20 gennaio 2014?»].
- Cerca fonti giornalistiche per trovare articoli su eventi avvenuti quel giorno.
- Usando motori di ricerca per video e immagini (YouTube, Google, TinEye, ecc.), controlla che non ci siano contenuti dello stesso evento precedenti al tuo esempio (ricorda che YouTube inserisce automaticamente data e orario in base al Pacific Standard Time californiano, a partire dal momento in cui il contenuto comincia a essere caricato).
- Per immagini e video, cerca dettagli (anche audio) per poter identificare qualche elemento utile per determinare data e orario, quali orologi, schermi televisivi, pagine di giornale, ecc...

Località

Un altro aspetto cruciale della verifica riguarda l'identificazione del luogo in cui è stato realizzato quel materiale:

- Ci sono dati automatici di geolocalizzazione? (Servizi come Flickr, Picasa e Twitter offrono opzioni che includono anche la località, ma non sono affidabili al 100%).
- Trova punti di riferimento e dettagli importanti da comparare con immagini satellitari o altre foto geolocalizzate. Per esempio:
 - Segni e scritte sui palazzi, cartelli stradali, targhe degli autoveicoli, cartelloni pubblicitari, ecc. Usa Google Translate oppure free.orc.com per veloci traduzioni online.
 - Segni distintivi lungo la strada o nel paesaggio, come la cima di una montagna, il contorno degli alberi, fiumi, ecc.
 - Punti di riferimento ed edifici vistosi quali chiese, minareti, stadi, ponti, ecc.
 - Usa Google Street View o la funzione 'Photos' di Google Maps per controllare se ci sono foto geolocalizzate che corrispondono alla stessa località.
 - Usa Google Earth per esaminare vecchie foto/video satellitari. Usa la vista del terreno di Google Earth.
 - Usa Wikimapia, la versione in crowdsourcing di Google Maps, per

identificare i punti di riferimento del territorio.

- Le condizioni meteorologiche, come la luce del sole o le ombre, aiutano a determinare approssimativamente l'orario. Usa Wolfram Alpha per verificare le condizioni meteorologiche di un certo luogo e in una certa data.
- Targhe delle autoveicoli.
- Vestiti.

Per i Video:

- Verifica la lingua parlata nel video. Controlla se accenti o gerghi locali ti danno indicazioni per individuare la località. Ricorda che non sempre le traduzioni di Google Translate sono corrette. Chiedi aiuto a qualcuno che parla quella lingua.
- Le descrizioni del video sono coerenti e si riferiscono a una medesima località?
- Si vede sempre la data?
- Se compare un logo, è lo stesso in tutti i video e anche riportato sulla pagina YouTube e Vimeo?
- C'è modo di capire se l'autore ha 'rubato' il materiale a qualche testata online oppure altri account YouTube, o è invece l'unico ad aver caricato quel contenuto?
- L'autore usa espressioni gergali o dialettali identificabile nella narrazione del video?
- I video dell'account hanno tutti uno stesso livello qualitativo? (Su YouTube, vai su 'Settings' per capire qual è la migliore qualità disponibile).
- Le descrizioni del video hanno estensioni come .AVI o .MP4 nel titolo? Questo dettaglio indica che il video è stato caricato online direttamente da un dispositivo mobile.
- Sulla descrizione di YouTube si legge forse «Uploaded via YouTube Capture»? Ciò indica che il video è stato realizzato con uno smartphone.

2. Confronta la tua fonte con altre, mettila alla prova.

Una volta superati questi passaggi, passa a queste domande:

- Video/foto/contenuti in questione hanno senso nel contesto in cui compaiono?
- C'è qualcosa che sembra fuori posto?
- C'è qualche dettaglio o risposta della fonte che non torna?
- Altre fonti di informazioni hanno già diffuso materiale simile?
- Su Snopes si trova forse qualcosa riferito a questo contenuto?
- C'è qualcosa che sembra troppo bello per essere vero?

Quando entri in contatto con la fonte, fai domande dirette e triangola le risposte con i dati già ottenuto tramite le varie ricerche, e assicurati di ottenere le stesse risposte.

Per le immagini:

- Quando fai le domande, parti da quanto hai scoperto dai dati EXIF e/o di geolocalizzazione tramite strumenti quali Google Street View e Google Maps.
- Chiedi di fornirti ulteriori foto scattate prima e dopo quelle in questione.
- Se l'immagine proviene da una località pericolosa, cerca di capire se la fonte è al sicuro o se rischia qualcosa a parlare con te.

Per i video:

- Se hai dubbi sulla produzione del video, usa software specifico come VLC e Avidemux (gratuiti) o Vegas Pro (a pagamento) per suddividere il video in sequenze.

3. Ottieni l'autorizzazione dell'autore per usare il materiale (foto, video, audio)

Le leggi a tutela del diritto d'autore variano paese a paese e i termini delle condizioni differiscono da servizio a servizio. È essenziale chiedere e ottenere l'autorizzazione dell'autore per usare immagini, video e qualsiasi altro contenuto è essenziale.

Quando chiedi l'autorizzazione:

1. Chiarisci con precisione quale immagine/video intendi usare.
2. Spiega in che modo intendi usarla.
3. Chiarisci come procedere con l'attribuzione. L'autore vuole essere menzionato con il suo nominativo, oppure preferisce uno pseudonimo o l'anonimato?
4. Considera le possibili conseguenze dall'uso del materiale e/o del nome di quella persona. È forse il caso di oscurare i volti di chi compare nell'immagine/video per tutelarne privacy e sicurezza? Ci saranno rischi per l'autore viene accreditato con il nome reale?

Prepararsi alla corretta verifica nel caso di eventi d'attualità o catastrofi

1. Organizza e gestisci una rete di relazioni e fonti affidabili:

- Metti insieme una lista di nominativi affidabili che includano sia fonti ufficiali che non ufficiali, come esperti accademici, operatori umanitari, ONG, uffici governativi, ecc. Non raccogliere solo gli soltanto account sui social media, ma anche numeri di telefono, email e indirizzi postali, tenendoli in un apposito database/foglio di calcolo.
- Crea liste su Twitter suddivise in base alla posizione geografica. Trova fonti affidabili tramite ricerche avanzate e seguendo hashtag specifici su Twitter. Prova anche le 'Facebook Interest Lists' e le cerchie di Google Plus, oltre a seguire certi canali YouTube e crearvi delle 'playlist'.
- Non trattare questi contatti come delle semplici fonti, bensì come esseri umani di

cui cerchi la collaborazione, in fondo sono tuoi colleghi.

- Nella folla online non mancano contatti ed esperti da coltivare, professionisti o meno, su argomenti specifici. Ci sono anche fonti che operano tutte in una specifica località geografica.
- Crea rapporti di fiducia reciproca non solo tramite i social network, ma anche incontrando di persona le fonti. Chiedi loro di consigliarti altri nomi affidabili o di aiutarti a verificare l'attendibilità di altre fonti. Da queste interazioni potrai ricavarne i loro punti di forza, le debolezze, i pregiudizi e altri fattori utili per quando avrai a che fare con i loro materiali.

2 . Identifica il ruolo che tu e la tua organizzazione svolgerete in caso di emergenze:

- Identifica il tuo ruolo nella comunicazione dell'emergenza.
- Stabilisci il modo migliore per comunicare in maniera efficace.
- Pensa a chi vuoi raggiungere, quali le informazioni necessarie per loro, quale linguaggio funziona meglio con loro.
- Struttura la tua comunicazione interna esattamente come hai strutturato quella esterna.

3 . Prepara, forma e supporta l'intero staff e i colleghi

- Stabilisci strumenti, flusso di lavoro, procedure di approvazione e comunicazione da attivare durante il disastro.
- Predisponi simulazioni periodiche atte alla preparazione sul campo, specialmente per chi vive in aree dove i disastri sono prevedibili.
- Fai in modo che lo staff partecipi ai programmi di training offerti dai servizi di emergenza.
- Predisponi in anticipo i messaggi da usare durante situazioni/emergenze specifiche.
- Pianifica controlli periodici per verificare e tenere aggiornati i contatti con le fonti chiave.
- Incontra lo staff una volta passata l'emergenza, adatta i piani futura sull'esperienza e le competenze acquisite.
- Non sottostimare "traumi" e "stress" derivanti dal lavoro giornalistico in situazioni d'emergenza, garantendo l'eventuale supporto del caso.

Riquadro 9.1: Valutare e minimizzare i rischi nell'uso dei contenuti prodotti dagli utenti



Come curatrice del canale dedicato ai diritti umani per WITNESS, **Madeleine Bair** guida una squadra che individua, verifica e contestualizza i video prodotti dai cittadini sulle violazioni dei diritti umani in tutto il mondo. Precedentemente, ha viaggiato per un decennio come reporter per radio, riviste e reti TV. I suoi servizi sono stati pubblicati sul Washington Post, sul San Francisco Chronicle e su Orion, oltre che trasmesse nei programmi "The World" e "POV" della Public Radio International.

Le foto e i video provenienti da aree del mondo in cui la repressione e la violenza politica sono diffuse o che testimoniano la vulnerabilità di alcune popolazioni, comportano dei rischi ben al di là di possibili manipolazioni o inaffidabilità dei contenuti stessi. In queste situazioni, quanti stanno dietro e davanti alla telecamera possono rischiare l'arresto, minacce, torture o anche la morte. Pericoli questi che aumentano se le riprese vengono diffuse dai media internazionali.

È quanto accaduto durante la Rivoluzione iraniana del 2009, quando la [Guardia Rivoluzionaria](#) usò foto e schermate di video reperibili online per identificare i manifestanti anche tramite il crowdsourcing, cose che hanno fatto gelare il sangue a tutti gli attivisti.

L'esposizione pubblica dell'identità dei cittadini [li pone a rischio di rappresaglie da parte di autorità repressive](#), e può portare anche alla stigmatizzazione sociale, con tutte le gravi conseguenze che ne derivano. Parimenti alle policy seguite dai giornalisti a tutela della privacy delle vittime di stupri, analoghi standard andrebbero applicati quando si usano dei video che mettono in pericolo persone vulnerabili, in particolare se sembra che quei video siano stati realizzati senza la loro autorizzazione.

Per esempio, nel 2013, alcune testate giornalistiche e organizzazioni di attivisti statunitensi segnarono l'allarmante aumento di abusi contro la comunità di giovani LGBT in Russia. Molti articoli includevano foto e video realizzati dai responsabili delle violenze, una pratica che [può contribuire a perpetuare la violenza e la stigmatizzazione](#) ai danni delle stesse vittime.

Giornalisti e altri operatori non dovrebbero censurare i video realizzati da attivisti che si

assumono consapevolmente dei rischi per dare voce alla propria comunità. Ma costoro dovrebbero prendere delle precauzioni per riconoscere e minimizzare ogni ripercussione ai danni di per quanti agiscono senza essere consci dei rischi che corrono, o per coloro che non possono accordare il loro consenso a essere filmati. Nei casi dei video russi degli stupri, è chiaro che le vittime non hanno dato questo consenso.

Valutare potenziali danni futuri

Per prima cosa, occorre valutare se un'immagine o un video può provocare danni a chi vi è coinvolto. Vivono in un paese repressivo? Rischiano qualche rappresaglia condividendo o comparando in quei contenuti? Si può affermare con certezza che le persone ritratta nelle foto o video abbia dato il proprio consenso preventivo?

Se esistono rischi seri, due le opzioni disponibili:

1. Non usare il materiale. Il fatto che esista non significa che si è obbligati a trasmetterlo, pubblicarlo o condividerlo. Si può informare sulla vicenda anche in altri modi, e usare quel materiale per il nostro lavoro senza mostrarlo.
2. Mascherare l'identità delle persone. Le redazioni televisive spesso sfocano i volti delle persone quando mandano in onda le immagini. È facile modificare le fotografie in tal senso. Per i video online, basta semplicemente ricaricare il video su YouTube e usare l'apposita funzione per sfuocare i volti. [Come spiegato qui](#), tale funzione è stata creata appositamente per tutelare l'identità di soggetti vulnerabili nei video, e si trova sotto la voce "Additional Feature" quando si clicca sugli strumenti di "Video Enhancements" per modificare un video.

Una regola da aggiungere agli standard etici per giornalisti, operatori umanitari e chi opera nelle emergenze è «minimizzare i danni». Prendersi il tempo necessario per valutare e minimizzare i rischi che corrono gli individui quando si usano i contenuti prodotti dagli utenti è un modo per mettere in pratica questa regola nel giornalismo del XXI secolo.

Riquadro 9.2: Consigli per lavorare con immagini traumatiche



Gavin Rees, giornalista e regista, è responsabile del [Dart Centre Europe](#). Il Dart Centre è un progetto della Graduate School of Journalism della Columbia University di New York ed è dedicato a promuovere approcci etici e innovativi per il giornalismo in situazioni di traumi e violenze. Precedentemente, Gavin si è occupato di business e di politica per la BBC e altri canali britannici e giapponesi, e ha prodotto documentari e drammi per la BBC, Channel 4 e altri ambiti indipendenti. Rees è stato anche ricercatore presso la Bournemouth University ed è uno dei membri del consiglio di amministrazione della European Society of Traumatic Stress Studies e della UK Psychological Trauma Society.

Spesso le immagini relativi a episodi bellici, crimini efferati o disastri naturali sono raccapriccianti e dolorose. In questi casi, eventi che accadono molto lontano da noi potrebbero riuscire a penetrare nello spazio personale e intimo della nostra immaginazione. Reazioni negative, come il disgusto, l'inquietudine e la sensazione di impotenza, non sono rare nei giornalisti e negli analisti forensi che lavorano con questo materiale.

Le ricerche su chi opera nel mondo dell'informazione rivelano che trattasi di persone assai resilienti: generalmente è improbabile che una certa esposizione a immagini traumatiche possa causare qualcosa di più di una angoscia passeggera. Ciò nonostante, il pericolo di quello che gli psicologi definiscono "trauma secondario" diventa sempre più significativo con la ripetuta esposizione a materiale di questo tipo (il cosiddetto "Slow Drip Effect"). Questa situazione si presenta anche quando c'è un legame personale con gli avvenimenti — se, per esempio, tra i feriti c'è un nostro conoscente.

Ecco sei consigli pratici grazie ai quali giornalisti e operatori umanitari possono ridurre il carico di stress:

1. **Capire con cosa si ha a che fare.** La prima linea di ogni difesa è la conoscenza del nemico: pensate alle immagini forti come a una radiazione, una sostanza tossica i cui effetti dipendono dalla dose. Giornalisti e operatori umanitari, come i lavoratori dell'industria nucleare, devono fare il proprio lavoro, ma al contempo

devono prendere le necessarie precauzioni per minimizzare un'inutile esposizione.

2. **Eliminare le esposizioni ripetute e inutili.** Rivedete le procedure usate per ordinare, etichettare e organizzare il materiale digitale, in modo da ridurre al minimo la visione di certe immagini. Quando controllate la veridicità di un'immagine o di un video, prendete nota dei dettagli distintivi già alla prima visione, potrebbe tornarvi utile per non dover rivedere troppe volte quel materiale.
3. **Cercate di ottimizzare l'ambiente di lavoro.** Ridurre la dimensione di una finestra sul computer, calibrare la luminosità e la risoluzione dello schermo possono migliorare l'impatto del materiale sensibile su chi lo lavora. Ricordatevi di disabilitare il sonoro di questi video, se possibile, di solito sono la parte peggiore.
4. **Provate a mettere distanza tra voi e la violenza, già nel modo in cui esaminate il materiale.** Qualcuno si concentra su certi dettagli, tipo i vestiti, ed evitano di guardarne altri, come i volti. Considerate la possibilità di oscurare le parti più violente o traumatiche di una foto. Per chi lavora con i video, è bene evitare la funzione continua ("loop") per analizzare immagini truculente, o comunque cercate di guardarle il meno possibile.
5. **Prendete frequenti pause dallo schermo.** Guardate qualcosa di piacevole, fatevi una camminata, muovetevi o cercate il contatto con la natura (basta un prato o un po' d'aria fresca). Tutte cose che possono attenuare le reazioni di stress. In particolare, cercate di non lavorare con immagini truculente prima di andare a dormire, per impedire che invadano il vostro spazio mentale.
6. **Sviluppate un piano di auto aiuto.** Si può essere tentati di lavorare due, tre, quattro volte più duramente su una storia d'emergenza o un progetto urgente. Ma è importante tenersi lo spazio per respirare al di fuori del lavoro. Di solito a resistere meglio a traumi e stress sono coloro che fanno regolare attività fisica, seguono attività interessanti, e mantengono attive relazioni sociali come risposta allo stress.

Consigli aggiuntivi per dirigenti e manager di organizzazioni giornalistiche:

1. **Bisogna informare l'intero gruppo sulle reazioni ai traumi.** I membri del team devono sapere e capire che persone diverse reagiscono in maniera diversa, ma anche che l'impatto può accumularsi nel tempo e imparare a riconoscere quando loro o qualche collega prendersi attivamente cura della propria salute mentale.
2. **Avere linee guida chiare su come archiviare e distribuire il materiale grafico.**

Comunicazioni interne, file e altro materiale relativo a immagini violente va chiaramente contrassegnato e distribuito soltanto a chi ne ha bisogno. Nessuno andrebbe costretto a guardare video o immagini che non saranno mai trasmesse.

3. **L'ambiente di lavoro è importante.** Se possibile, i luoghi di lavoro in cui ci si occupa di materiale sensibile devono prevedere finestre da cui si vede l'esterno, oltre che piante o altri elementi naturali.

Capitolo 10: Strumenti per la verifica

Verificare l'identità:

Usa questi strumenti di verifica online per cercare contatti e profili utili di utenti attivi sui social media

- [AnyWho](#): raccolta di pagine bianche con funzione di ricerca inversa (per gli Usa).
- [AllAreaCodes](#): consente di cercare tra nomi e indirizzi presenti nelle pagine bianche trovandone il numero di telefono (gratuito per i numeri presenti nelle pagine bianche di Usa e Canada. A prezzi bassi fornisce informazioni anche su numeri non disponibili).
- [BotOrNot](#): controlla l'attività di un account Twitter e dà un punteggio rispetto alla probabilità che quell'account sia gestito da un bot o da un essere umano.
- [Email Checker](#): utile per verificare se un indirizzo email esiste o meno.
- [Facebook Graph Search](#): motore di ricerca sociale integrato a Facebook, segue un metodo semplificato per trovare le persone. Non occorre sapere per forza il nominativo della persona che si sta cercando, ma si possono usare criteri già noti, come età, località, occupazione per cercare individui sospetti.
- [Facebook Graph Search Engine by Henk van Ess](#): uno dei migliori motori di ricerca per cercare persone o informazioni condivise su Facebook. Oltre a trovare le foto condivise da un utente, o contrassegnate dal 'mi piace', consente di tracciare i luoghi visitati dall'utente in cui si è registrato, tra cui bar, hotel, ristoranti e altri.
- [GeoSocial Footprint](#): consente di tracciare gli spostamenti degli utenti in base a ricerche su tweet geolocalizzati, sul linguaggio utilizzato (geocoding) e sui profili.
- [HRL Lookups](#): servizio a pagamento con cui tracciare i dati di connessione di un network, controllare se un numero è valido, attivo e quale rete mobile sta utilizzando; tutto in tempo reale ma a pagamento.
- [LinkedIn](#): tramite la storia occupazionale e le connessioni di LinkedIn si possono trovare ulteriori informazioni per tracciare gli spostamenti di una persona, per verificarne l'identità e il passato. LinkedIn è uno degli strumenti più utili per raccogliere informazioni professionali su qualcuno.
- [Muck Rack](#): tra gli i vari servizi che offre c'è una lista di migliaia di giornalisti su Twitter, Facebook, Tumblr, Quora, Google+, LinkedIn, verificata da un team interno; si può richiedere una demo o pagare una tariffa mensile o annuale.
- [Numberway](#): directory gratuita di elenchi telefonici internazionali.
- [Person Finder](#): una delle più note banche-dati open source per cercare post e stato di persone coinvolte nelle emergenze. Ogni volta che scatta un'emergenza su larga scala, il team di gestione delle crisi di Google attiva una pagina di "person finder", come durante e dopo un disastro umanitario.

- [Pipl.com](#): cerca le tracce lasciate dagli utenti online e può aiutare a identificare qualcuno usando molteplici account su social media, dati pubblici e contatti vari.
- [Rapportive](#): un plug-in per Gmail che consente di avere le informazioni di LinkedIn relative ai propri contatti, oltre ai loro account sui social media, località e occupazione.
- [Reverse Phone Number Look-up](#): cerca tra i numeri telefonici (in Usa) per scoprire chi ti sta chiamando. È utile quando ci si trova in contatto diretto con la fonte. C'è anche una [versione canadese](#).
- [Spokeo](#): motore di ricerca per trovare individui sulla base di nominativo, email, telefono o nome utente. I risultati sono raccolti in un profilo che mostra genere, età, dettagli di contatto, occupazione, educazione, stato di famiglia, parentele, stato economico e foto.
- [Skypegrab](#): partendo dal nome utente di Skype, si può ottenere la residenza e l'indirizzo IP dell'utente.
- [Storyful MultiSearch Extension](#): soluzione semplice e veloce per cercare account associati a uno specifico pseudonimo preso da qualsiasi piattaforma social.
- [WebMii](#): cerca i link che coincidono con nominativi e può identificare qualcuno partendo da una parola chiave. Fornisce un punteggio ai profili grazie al quale si possono smascherare i profili fittizi.
- [Who.is](#): ottimo per avere tutte le informazioni specifiche relative a un dominio web, il nominativo di chi l'ha registrato, la data, il luogo di registrazione e i dettagli di contatto del proprietario. Esiste anche come estensione per Chrome e c'è una funzione per compiere ricerche d'archivio storiche.

Verificare le località:

Siamo sicuri che è successo qualcosa proprio lì dove si dice in giro?

- [Flickr](#): piattaforma di condivisione foto con possibilità di geolocalizzazione.
- [Free-OCR.com](#): estrae il testo dalle immagini e consente di incollarlo su Google Translate o cercarlo su altre mappe.
- [Google Maps](#): mappa online in alta risoluzione con visione aerea o satellitare. Include moltissime opzioni di visualizzazione come il terreno, le condizioni meteo e la visione a 360° a livello di strada. Bisogna però stare attenti alla sua accuratezza in paesi in cui Google ha accesso limitato ai geodata.
- [Google Translate App](#): veloci traduzioni a parte, è utile per stabilire la località di un video o foto a partire da testi o segni; l'opzione più utile è anzi quella fotografica: basta caricare la foto di un segno o una scritta per strada, di uno sconosciuto o altri oggetti e lasciare a Google Translate il compito di tradurli.
- [Google Streetview Time Machine](#): utile per fare confronti, grazie alle le foto storiche, con le strade attuali delle grandi città, e ancor meglio per verificare le

località mostrate in contenuti datati.

- [Météo-France](#): l'agenzia meteorologica francese rende gratuito l'accesso a mappe europee radar e immagini satellitari, mappe e modelli climatici.
- [NASA Earth Observatory](#): creato per condividere le immagini e le informazioni che arrivavano dai satelliti, funziona come un mega-archivio di immagini globali, con accesso gratuito a mappe, immagini e dati.
- [Panoramio](#): sito di condivisione foto con milioni di immagini geolocalizzate caricate in Google Maps.
- [United States ZIP Codes](#): mappa online (con ricerca) degli Stati Uniti categorizzati secondo i codici postali e informazioni annesse.
- [Wikimapia](#): versione di Google Map in crowdsourcing che contiene punti di interesse e descrizioni varie.
- [Wolfram Alpha](#): motore di ricerca computazionale che risponde alle domande usando dati strutturati e verificati provenienti dal suo database. Diversamente dai comuni motori di ricerca, fornisce risposte dirette e fattuali e visualizzazioni decisamente rilevanti. Particolarmente utile è la modalità per capire che tempo faceva in un dato momento in una certa località.

Verificare le immagini:

L'immagine disponibile fornisce una descrizione attendibile di quanto accaduto?

- [Jeffrey's Exif Viewer](#): rivela le Exchangeable Image File (EXIF), ovvero i metadati contenuti in una foto digitale, inclusi data, orario, impostazioni della camera e, in qualche caso, addirittura la localizzazione GPS. Disponibile anche come estensione per Chrome.
- [Findexif.com](#): altro strumento per estrarre i dati EXIF.
- [Foto Forensics](#): usa l'analisi dei livelli (ELA) per indicare le parti di un'immagine che potrebbero essere state alterate. L'ELA controlla le differenze di qualità fotografica tra i diversi punti dell'immagine, concentrandosi su quei punti dove potrebbero essere state fatte modifiche alla foto originale.
- [Fuskr](#): estensione utile per trovare tutte le foto con i nomi di default della camera (p.e. DSC_0000.JPG) e che sono state caricate da un dispositivo mobile su un server specifico.
- [Google Search by Image](#): caricando o inserendo la URL di un'immagine, si possono trovare contenuti quali immagini correlate, siti o altre pagine che usano quella stessa immagine.
- [JPEG Snoop](#): strumento gratuito solo per Windows che può capire se un'immagine è stata modificata o meno. A dispetto del nome, può aprire tutti i tipi di file AVI, DNG, PDF, THM e file JPEG 'embedded'. Può anche recuperare alcuni metadati, tra cui data, tipologia di camera, impostazione delle lenti, ecc. Per

utenti Mac, JPEGsnoop funziona con CrossOver Mac.

- [RevEye](#): plug-in di Chrome che consente cercare non soltanto nel database di Google, ma anche nel in quelli di TinEye, Yandex, Baidu e Bing.
- [TinEye](#): motore di ricerca per immagini che permette le ricerche inverse e collega l' immagini a chi l'ha create, consentendo così di verificare da dove proviene, come è stata usata e se esistono o meno versioni modificate o in più alta definizione.
- [YouTube Data Viewer](#): creato da Amnesty International, questo strumento mostra l'esatta data e ora in cui un video è stato caricato su YouTube, fornendo anche un buon numero di 'thumbnail' con un'opzione di ricerca su Google.

Altri strumenti utili

- [AIDR platform](#): tramite il monitoraggio di utenti e computer, filtra il rumore di fondo da Twitter.
- [Ban.jo](#): aggrega tutti i social media in un'unica piattaforma, consentendo di effettuare controlli incrociati su immagini e eventi.
- [BlackWidow](#): a pagamento, è lo strumento di scansione preferito dai giornalisti investigativi, mostra la struttura dei siti e cerca al loro interno.
- [CameraV](#): una app di InformaCam che aiuta le operazioni di verifica sfruttando i metadati che rivelano ora, data, località di foto e video. Si possono anche inviare file e metadati a terze parti usando firme digitali, codificazioni (PGP) e server sicuri di TOR.
- [Echosec](#): motore di ricerca basato sulle località, trova, filtra e analizza informazioni provenienti dai social media in tempo reale (a pagamento).
- [Feedly](#): browser e app che organizza e automatizza la ricerca e il monitoraggio di news, blog e canali YouTube (gratuito con funzionalità premium).
- [Geofeedia](#): permette di cercare e monitorare i contenuti dei social network sulla base delle località. Selezionando una località, i contenuti da Twitter, Flickr, Youtube, Instagram e Picasa vengono setacciati in tempo reale. Può tornare utile nel processo di verifica incrociando ai post determinati luoghi per verificare che i dettagli corrispondano.
- [Google Advance Search](#): grazie ai 'search operators' e altre funzionalità è possibile affinare i tipici risultati del motore di ricerca.
- [Google Translate](#): la funzionalità di 'voice recognition' può essere usata per una rapida traduzione utile alla verifica di un video o di un audio. Per chi lavori con video su YouTube in arabo, è bene attivare la funzionalità di riconoscimento vocale per farsi un'idea dell'argomento.
- [Gramfeed](#): motore di ricerca per Instagram, può cercare in base ad hashtag, parole chiave e località, visualizzando i risultati su una mappa.
- [HuriSearch](#): consente di cercare contenuti in oltre 5000 pagine web relative ai

diritti umani e può facilmente filtrarli per trovare fonti affidabili.

- [Inoreader](#): RSS reader con diverse funzioni aggiuntive: tag, organizzazione e accesso dei contenuti sul web, importazione feed dai social media e personalizzazione del proprio pannello di controllo.
- [Newspapermap](#): trova e traduce giornali online.
- [Pentest Tools](#): permette di trovare sottodomini e pagine nascoste, oltre a pagine web non ancora annunciate pubblicamente ma linkate in parti visibili del sito.
- [PeopleBrowsr](#): piattaforma-strumento grazie al quale monitorare social media e notizie, organizzandole in una sequenza ordinata per data e luogo, entro la quale si possono effettuare ricerche. La piattaforma offre anche un punteggio che misura la credibilità degli utenti e della loro influenza sui social network.
- [PhotoDesk](#): simile a Gramfeed, è un'app a pagamento per Mac che permette di usare le normali funzionalità di Instagram aggiungendo un potente motore di ricerca e un'opzione di ricerca secondo la località.
- [SAM Desk](#): altro strumento di gestione dei social media che consente di cercare, vagliare e lavorare alla verifica e al controllo dei contenuti prodotti dagli utenti.
- [SearchSystems.net](#): archivio internazionale di dati pubblici gratuiti.
- [SocialSearcher](#): motore di ricerca per social media, permette di fare ricerche sui contenuti pubblicati in tempo reale fornendo anche dati analitici molto precisi (gratuito con opzioni premium).
- [Snopes.com](#): sito dedicato alla smentita delle bufale online, dove è possibile eseguire ricerche incrociate sui contenuti prodotti dagli utenti.
- [Twitter List Copy](#): semplice strumento per gestire liste Twitter; si possono copiare facilmente utenti da una lista all'altra.
- [Yomapic](#): app di mappatura dei contenuti Instagram, trova le foto a partire dalla località.
- [YouTube Face Blur](#): sviluppato per tutelare l'anonimato delle persone che appaiono in video relativi a situazioni di alto rischio, questo strumento permette di oscurare o sfuocare i volti dei soggetti. Dopo aver caricato il video su YouTube, si va su "Enhancements" e poi su "Special Effects", dove si possono selezionare tutti i volti che compaiono nel video.

Appendice: “VISUALIZZARE LA GIUSTIZIA: guida pratica per migliorare il valore probatorio dei video”

Come abbiamo visto dai casi di studio e dalle storie raccolte in questo prezioso manuale, i contenuti prodotti dagli utenti possono rivelarsi cruciali per attirare l'attenzione sugli abusi dei diritti umani, purché questi siano verificabili. Tanti attivisti vorrebbero però fare di più con i loro video, in base all'ovvia aspettativa che simili immagini siano la chiave per ottenere giustizia. Sfortunatamente, la qualità di questi video e altri contenuti auto-prodotti di rado raggiunge gli alti requisiti necessari per poter essere accettati come elementi probatori in sede processuale.

Con qualche leggero miglioramento, i video realizzati da cittadini e attivisti, spesso a rischio della propria vita, meriterebbero di fare assai più che mettere a nudo le ingiustizie: potrebbero servire come prove nelle cause legali civili e penali. La “Guida pratica per migliorare il valore probatorio dei video” si pone come manuale di riferimento per cittadini, osservatori e attivisti dei diritti umani impegnati a utilizzare i video non soltanto per documentarne gli abusi, bensì anche con l'obiettivo finale e ambizioso di consegnare i colpevoli alla giustizia.

Perché una guida pratica?

Quando è facile manipolare le immagini e costruire un contesto fittizio, non basta più limitarsi a filmare e condividere qualcosa per denunciare le ingiustizie. Gli attivisti impegnati a realizzare filmati che sperano vengano utilizzati non soltanto dai giornalisti, bensì anche dagli investigatori e dagli inquirenti, devono tenere bene a mente le domande chiave poste da questo *Manuale di verifica*: È possibile verificare questo video? È chiaro dove e quando è stato filmato? È stato forse manomesso o modificato? Vanno inoltre considerate altre domande più pertinenti al sistema giudiziario: Qual è la rilevanza del filmato rispetto alla violazione dei diritti umani? È possibile confermarne la provenienza? Il suo potenziale contributo alla giustizia ne supera forse il potenziale negativo?

A chi serve?

La guida si rivolge soprattutto a quanti operano in contesti in cui potrebbero filmare episodi di violazione dei diritti umani – e quindi soprattutto cittadini-reporter, attivisti, giornalisti o inquirenti nel campo dei diritti umani. Qualcuno potrebbe avere già filmato dei casi di abuso e potrebbe usare questa guida per migliorare il valore probatorio di quei filmati. Altri potrebbero trovarsi a indagare su qualche violazione con strumenti tradizionali, ma vorrebbero incorporarvi dei video per massimizzarne il potenziale probatorio.

Realizzata da WITNESS insieme ad altri colleghi impegnati sul fronte dei diritti umani, la guida “Visualizzare la giustizia” affronta i seguenti temi:

- Il ruolo dei video nei procedimenti giudiziari;
- Tecniche per realizzare video con maggior valenza probatoria;
- Stabilire le priorità dei contenuti da riprendere;
- Gestire i media onde preservare la catena di controllo;
- Casi di studio per illustrare l'utilizzo dei video in sede giudiziaria.

Giornalismo e giustizia

Mentre il “Manuale di Verifica” propone una serie di modalità innovative per consentire a giornalisti e operatori di pronto intervento di analizzare i video prodotti dai cittadini, la “Guida pratica per migliorare il valore probatorio dei video” realizzata da WITNESS si concentra sullo stesso argomento visto dall'altra parte della medaglia, illustrando i metodi migliori per produrre video utilizzabili per comprovare gli abusi dei diritti umani e quindi ottenere giustizia. L'insieme di queste due risorse contribuiranno a far sì che l'uso diffuso delle videocamere possa garantire un giornalismo efficace e una giustizia migliore.

Per ulteriori informazioni

Per tenersi aggiornati sulla guida, basta visitare regolarmente il sito di WITNESS, www.witness.org.