

LABORATORIO GIORNALISMO DIGITALE/ 12. FACT CHECKING

Il fact checking dovrebbe coincidere con il giornalismo.

Alfred Hermida, giornalista, docente e ricercatore sui media (Sgarzi, *Social Media Journalism*, p.124) : “I giornalisti hanno sempre dovuto bilanciare l’essere veloci con l’essere accurati. Ogni pezzo di news si basa su informazioni incomplete, che sia scritto in un’ora o in un giorno. La differenza oggi è che l’audience può accedere a una moltitudine di fonti ed è molto facile che informazioni scorrette circolino senza verifica. C’è un valore quindi nel segnalare ai lettori quello che è informazione non verificata, specialmente quando circola sui social media”.

BBC

“Per quanto riguarda i nostri prodotti tv, radio e digitali, quando si tratta di Breaking news sui social media, l’accuratezza deve surclassare la rapidità, ignorando la tentazione di essere primi”

reported.ly, social news (no profit): “in molte occasioni condivideremo notizie non ancora confermate. Lo facciamo per dare un contesto al nostro processo di raccolta delle informazioni e anche per invitare i lettori ad aiutarci a confermare o smentire parti di una particolare notizia. Saremo sempre espliciti nel segnalare ciò che non è confermato.

Preferiamo avere ragione che arrivare primi.

Sebbene i social media lavorino a un ritmo accelerato, noi lavoreremo alla velocità giusta, affinché il fornire un contesto e il separare i fatti dalle fantasie siano più importanti che battere i nostri concorrenti”.

Ha chiuso nel 2016, continua sui social.

Le regole di Alberto Puliafito (Slow News):

Non si diffondono notizie non verificate

Non si diffondono dati non verificati

Non si diffondono nomi non verificati

Non si correlano fatti senza prove

Non si fanno analisi due ore dopo un evento

Non ci si emoziona

ovvero: non si fa infotainment. Si fa giornalismo

Non è sufficiente che una cosa sia stata detta o pubblicata perché sia vera

Evitare di considerare come fonti separate diverse condivisioni del medesimo contenuto su social media differenti

Diffidare delle foto e dei video: potrebbero essere vecchi, decontestualizzati o resi noti ad arte

Imparare a capire se testimonianze che arrivano da un luogo in cui sta succedendo qualcosa sono reali o frutto di manipolazione

Imparare a contestualizzare senza cedere all'istinto

Come?

Contattare fonti

Alzare il telefono

Mandare una mail

Aspettare a pubblicare

I social media sono un ambiente come qualunque altro: applicare gli stessi principi di verifica e controllo delle fonti che usate altrove

Create un network di fonti affidabili: contattatele spesso, se possibile anche di persona

Verificate sia la fonte sia il contenuto

Fate la spunta di verifica dei profili confermati su Twitter e su Facebook.

Cercate altrove la vostra fonte e verificate se ha altri profili credibili

Dubitate quando qualcosa è troppo bello (o interessante o strano) per essere vero

Storyful, casi di studio. Agenzia che fornisce un servizio per giornalisti e comunicatori: scrematura delle informazioni trovate online, fornitura di dati e fatti già verificati e affidabili

Mandy Jenkins, News director di Storyful: Quando si parla di verifiche per un contenuto sui social media, un giornalista deve considerare il contesto e la sua fonte nello stesso modo in cui farebbe se avesse ricevuto l'informazione su altri canali. I giornalisti devono "intervistare" il contenuto per determinarne la validità. Porsi domande come: 'E' in linea con le altre informazioni che ho su questo fatto? Chi è la fonte e quali connessioni ha con il fatto e il luogo in cui si è verificato? O con la sua posizione geografica? I dettagli che sto vedendo, ascoltando o leggendo sono coerenti con il momento della giornata, come le persone coinvolte e con il flusso degli eventi per come li conosco tramite le mie ricerche? infine, trovare la fonte principale ed entrare in contatto è la chiave per scoprire la storia vera, esattamente come in ogni altro settore del giornalismo".

Verifica fonti

OODA, messo a punto dal colonnello John Boyd dell'United States Air Force

Osserva

Orientati

Decidi

Agisci

Se si commette un errore, lo si ammette non solo con la correzione del testo, ma con le scuse ai lettori, che sono messi così in condizione sia di capire perchè è stato commesso l'errore, sia di avere un rapporto diretto e trasparente con la redazione.

Non dare mai la colpa a qualcun altro

Pubblicizzare e retwittare il più possibile la correzione.

Repubblica e Corriere pubblicarono online una dichiarazione di Trump mai rilasciata: "La statua della libertà istiga all'immigrazione". La frase era originata da un blog satirico.

Repubblica per rimediare scrisse: "Forse gli eccessi della campagna elettorale possono portare a ritenere credibile quello che non lo è". Una scusa a metà, una scusa con mezza assoluzione: non è convincente per il lettore. Meglio ammettere lo sbaglio e punto.

Guida di Pete Brown su **The conversation**

Fare una ricerca incrociata di un'immagine (per esempio, inserire l'immagine all'interno di **Google Images**, per verificare se non sia stata già caricata su internet in passato)

Utilizzare **Youtube Dataviewer** (si inserisce al suo interno la Url del video che si vuole verificare. Lo strumento estrapola alcune informazioni e prova a trovare eventuali versioni più vecchie del video)

Usare **Jeffrey's Exif Viewer** (foto, video, file audio contengono al loro interno anche meta-informazioni relative a data, orario, geolocalizzazione del contenuto digitale. Informazioni che possono essere estrapolate con un software come questo).

Però Facebook, Twitter, Instagram e simili eliminano le informazioni Exif.

Usare **Fotoforensic** (software che aiuta a capire se un'immagine è stata alterata con photoshop e in quali parti dell'immagine)

Usare **Wolfram Alpha** (motore di ricerca computazionale che risponde a determinate domande. Per esempio permette di risalire alle condizioni climatiche di un certo luogo geografico in una certa data e ora: un elemento che può aiutare a capire se il contesto meteorologico di foto o video è credibile o meno)

Usare le mappe online (per verificare se l'ambientazione della foto o del video è coerente con la reale morfologia del luogo da cui dovrebbe provenire).

Immagini

Tin Eye (quando un'immagine è stata postata online la prima volta. Le immagini si possono caricare dal proprio computer oppure si può copiare e incollare l'Url dove sono state trovate)

Izitrü (foto ritoccate)

Google reverse image search- verifica se ci sono foto simili nel web

You Tube Data Viewer permette di analizzare la data di pubblicazione e la veridicità dei video caricati su You Tube. Spezzetta anche il video in vari frame. Utile per capire se il video è stato effettivamente girato nel

posto in questione e se non è stato manipolato con l'inserimento di altri frame prelevati da altri filmati

Cinque consigli di Google

In occasione della Giornata Internazionale del Fact Checking, Google ha pubblicato un [blogpost](#) con cinque consigli e strumenti utili per supportare le persone nel riconoscere le fake news.

Inoltre Google ha annunciato il proprio supporto, attraverso un finanziamento di 25 milioni di euro, al Fondo Europeo per i media e l'informazione. Il Fondo europeo per i media e l'informazione finanzia ricercatori, fact-checker, organizzazioni no profit e altre realtà che lavorano in prima linea per combattere la disinformazione e supportano lo sviluppo di competenze in materia di media literacy ed educazione ai media.

La pandemia da COVID-19. Le elezioni in molti Paesi del mondo. Gli ultimi 12 mesi sono stati davvero impegnativi per i fact-checker, ovvero chi si accerta che un fatto sia realmente avvenuto e verifica le notizie e informazioni che circolano su quel fatto. Nell'ultimo anno, infatti, sono stati pubblicati oltre 50 mila fact check sulla Ricerca Google, che sono stati visualizzati in totale circa 2,4 miliardi di volte.

Il fact checking non riguarda solo una cerchia ristretta di professionisti. Ogni giorno, le persone cercano prove con cui confermare o confutare informazioni di cui hanno una conoscenza solo parziale. Nell'ultimo anno, le ricerche su Google del tipo "è vero che..." sono state più frequenti di ricerche del tipo "come fare il pane".

Google propone cinque consigli per aiutare le persone a porsi le domande giuste quando cercano online e per riconoscere più facilmente i casi di disinformazione.

1.Fate una ricerca sulla fonte

Vi è mai capitato di imbattervi in una storia sorprendente su un sito di cui non avete mai sentito parlare? Innanzitutto, controllate se la fonte – cioè il sito stesso – ha effettuato le dovute verifiche.

Potete controllare come il sito si presenta nella sezione “Chi siamo” o “About”, ma potreste anche cercare ulteriori informazioni altrove per verifica. Oppure potete cercare il punto di vista di altre persone o organizzazioni su quella fonte, chiedendo a Google di non mostrare i risultati provenienti da quel sito: la ricerca potrebbe avere, per esempio nel caso di YouTube, questo aspetto: “chi è youtube? -[youtube.com](https://www.youtube.com)”.

2.Verificate che un'immagine sia affidabile

un'immagine può essere anche utilizzata fuori contesto, o potrebbe essere stata modificata con l'intento di distorcere gli avvenimenti. È possibile effettuare una ricerca sulle immagini facendo clic con il pulsante destro su una foto e selezionando “Cerca questa immagine su Google”. È possibile farlo anche da un dispositivo mobile toccando l'immagine e tenendola premuta. In questo modo si potrà verificare per esempio se l'immagine sia già apparsa online prima, e in quale contesto, e sarà possibile capire se ci sia stata qualche modifica per alterarne il significato originale.

3.Fai un controllo incrociato

Perché limitarsi a una sola fonte quando ce ne sono molte a disposizione? Controllate se (e come) diverse testate giornalistiche hanno parlato dello stesso evento, così da potervi farvi un'idea più completa. Passate alla modalità “Notizie” della Ricerca Google, oppure

cercate un argomento su news.google.com. Assicuratevi di fare clic su “Copertura completa” quando l’opzione è disponibile.

4.Consultate i fact-checker

I fact-checker potrebbero già aver preso in esame la strana storia che un vostro parente o amico ha inviato nella chat di gruppo – oppure una storia simile che vi può aiutare a capire cosa sia successo veramente. Provate a cercare l’argomento sul **Fact Check Explorer**, che raccoglie più di 100mila notizie verificate da editori autorevoli di tutto il mondo.

5.Usate Google Maps, Earth o Street View per verificare un luogo

Le false storie su fatti avvenuti molto lontano da noi possono diffondersi facilmente proprio a causa della nostra scarsa conoscenza di quei luoghi. Se la storia che state leggendo contiene immagini su un posto, provate a cercarlo su Google Earth oppure con Street View su Google Maps.

Supponiamo che un amico vi mandi una storia su una strana creatura rossa che si starebbe arrampicando sulla Torre Eiffel a Parigi. Cercando la Torre Eiffel su Street View potrete quanto meno verificare che la torre non abbia sulla cima un grande cappello rosso da cowboy (a differenza della torre di Paris, in Texas). Se quella parte della notizia è così poco attendibile, è probabile che anche il resto della storia lo sia.

Google ha finanziato con 3 milioni di dollari il lavoro dei giornalisti impegnati nel fact-checking relativo al processo di immunizzazione al COVID-19, in particolare con progetti che si rivolgono a persone normalmente non esposte alle pratiche di fact-checking. Inoltre, [Google.org](https://www.google.org) ha finanziato la nonprofit **Full Fact** attraverso un grant e il

sostegno da parte di sette ingegneri, per aumentare il numero di verifiche sulle segnalazioni ricevute.

Esiste poi, sempre promosso da Google, il **Decalogo della buona informazione**. E per i giornalisti, sul GNI Training Center sono disponibili ulteriori risorse.

First draft news (con Verification junkie e Google news lab offre materiali di studio, buone pratiche, training e strumenti di verifica)

Politifact/Poynter Institute

Obameter strumento per verificare il mantenimento delle promesse elettorali di Obama

Indice True/false

International fact checking /Poynter Institute

FactCheck.org

Snipes

Fact checker WP

Reporters lab. mappa dei siti fact checking nel mondo

Open migration (dati sull'immigrazione)

Paolo Attivissimo - complotti lunari- Luna, sì ci siamo andati

Valigia blu - 40mila euro/ 1523 donatori

Ha tradotto la guida di Observers France 24 per la verifica di foto e video sui social media (reverse image searches)

Pagella politica

Video su You Tube con il pupazzo Pollock (un progetto reso possibile grazie a donazioni di lettori su Kickstarter, piattaforma di crowdfunding)
Facta News

Toolkit di Ona (Online news association)

Davide de luca (etica)

Dal Post a Domani

Tweet deck e liste di Twitter

Costruire e mantenere aggiornate liste su Twitter di fonti affidabili e verificate. Così quando succede un fatto selezionato i tweet di chi realmente vive sul luogo o ha competenze sull'argomento.

Si possono anche creare liste man mano che le cose succedono, controllando in tempo reale gli account che twittano sull'argomento.

Usare TweetDeck per seguire gli aggiornamenti delle liste in contemporanea e avere tutto sott'occhio

Open/ David Puente

Agi

Uno studio del 2013 a cura dell'Università di Washington e della Northwest University circa la diffusione di informazioni sbagliate su Twitter in occasione della bomba sulla maratona di Boston ha scoperto che la circolazione delle correzioni "è silenziata se comparata alla propagazione delle informazioni sbagliate": Caitlin Dewey, autrice di

una rubrica del WP sulle fake news (“What was fake”) riassume così: “Ovviamente la bugia è sexy e tende ad avere più attenzione del poco sexy debunking”.

Alexios Mantzarlis, dell’International Fact Checking del Poynter Institute identifica nel confirmation bias uno dei grandi ostacoli del fact checking: si tratta della tendenza a credere solo ciò che conferma i propri pregiudizi.

“L’importante -dice Attivissimo- è che l’informazione corretta ci sia, da qualche parte. Importante è che chi vuole cercare la verità possa trovarla”.

“Tua mamma dice che ti vuole bene?”, scrive Steve Buttry nel Verification Handbook. “Verificalo”.

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 lo stesso con ogni articolo, ogni evento e ogni progetto a cui stai lavorando.

Verification Handbook (anche in italiano) a cura dell’European Journalist center, organizzazione no profit finanziata da varie associazioni e fondazioni

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.

Steve Buttry: 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.

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

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 che venga pubblicato, mappato o trasmesso) gli elementi falsi o non adeguatamente verificati.

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.

Contenuti prodotti dagli utenti (UGC)

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?

Alla BBC il team che si occupa dei contenuti prodotti dagli utenti (UGC) è integrato all'interno della redazione. 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.

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.

ACCOUNT

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 famose, giornalisti e istituzioni governative, usando lo stesso sistema di verifica della spunta blu.

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?

FOTO

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, è possibile stabilire se è già apparso online.

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.

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](https://www.fotoforensics.com). 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.

VIDEO

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](#).

Eagle snatches kid fake

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).

Verification handbook

caso di studio 2.1 aereo atterrato nel Bronx

Caso di studio 4.2 gli squali

Caso di studio 5.1 maratona di Boston

DATE

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.

NOMI, PROFILI, INDIRIZZI

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).

LOCALITA'

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.

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.

- [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. Utilizzato ora dalla Cia (terrorismo, manifestazioni).

FONTI SOCIAL

«Mi pare importante prestare attenzione a chi si rivolgono queste persone su Twitter, e ogni tanto anche su Facebook», disse l'esperto di social network Andy 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’, creando delle ‘playlist’ su YouTube e con altri strumenti innovativi.

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. 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.

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. Esaminare 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?

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...

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.
 - 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.
- 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.

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 ottenuti tramite le varie ricerche, e assicurati di ottenere le stesse risposte.

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', 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.

SITI UTILI

- [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:

- [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 scontrino o altri oggetti e lasciare a Google Translate il compito di tradurli.
- [Google Streetview Time Machine](#): utile per fare confronti, grazie alle foto storiche, con le strade attuali delle grandi città, e ancor meglio per verificare le località mostrate in contenuti datati.
- [Météo-France](#): l'agenzia metereologica 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:

- [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.
- [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.
- [JPEGsnoop](#): 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.

- [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.
- [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.
- [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).
- [Twitter List Copy](#): semplice strumenti 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.