

## Workshop “Esporre l’Invisibile”

### Raccogliere informazioni per le indagini con il crowdsourcing

#### Crowdsourcing: documento di riferimento

### Sessione 1: Introduzione all'argomento

#### Cos'è il crowdsourcing e una breve storia di come è nato:

- Il termine *crowdsourcing* è stato coniato per la prima volta da Jeff How in un [articolo](#) della rivista *Wired* del 2006 in cui veniva definito come un nuovo modo di reperire manodopera grazie a Internet. Da allora, sono emersi diversi tipi di crowdsourcing, commerciali e non commerciali.
- Ad esempio, [Wikipedia](#) è il miglior esempio di creazione di conoscenza collettiva tramite il crowdsourcing; [KICKSTARTER](#) è un esempio di progetti di crowdfunding; [Ushahidi](#) è una piattaforma popolare per la raccolta di informazioni tramite il crowdmapping.
- In effetti, Ushahidi è nota per essere stata tra le prime piattaforme che hanno permesso l'“[activist mapping](#)”, ovvero un tipo di attivismo che combina crowdsourcing, giornalismo ad opera della cittadinanza, e informazioni geospaziali per il cambiamento sociale o la responsabilità pubblica. Il più delle volte, Ushahidi è stata utilizzata per mappare le informazioni sulle crisi tramite il crowdsourcing.
- Inoltre, il crowdsourcing è sempre più [utilizzato in ambito giornalistico](#).

#### Pro e contro del crowdsourcing:

Pro	Contro
1. Consente di attingere a un vasto bacino di dati altrimenti inaccessibili alle/agli organizzatrici/organizzatori.	1. È esposto al rischio di manipolazione.
2. Consente di coinvolgere nella collaborazione diversi tipi di persone.	2. Può richiedere molto know-how e risorse (ad esempio per la configurazione di strumenti tecnologici, la verifica dei dati raccolti e altro).
3. Può aiutare a risparmiare tempo e denaro.	3. È esposto al rischio di ritrovarsi con un pugno di mosche (il successo del crowdsourcing dipende molto dal coinvolgimento efficace di chi contribuisce).
4. Apre nuove strade per la collaborazione anche con altre persone che lavorano nello stesso spazio in cui lavora chi già collabora.	4. Può comportare potenziali rischi per chi organizza e chi collabora (ad esempio durante il crowdsourcing di dati sensibili).

### Mitigare il rischio di manipolazione:

1. Date le sfide che derivano dalla verifica dei dati raccolti tramite crowdsourcing e il rischio che essi vengano danneggiati da enti avversi (ad esempio attraverso bot o azioni di utenti maligne/i), molte organizzazioni hanno scelto di utilizzare il crowdsourcing non come metodo di raccolta dati *primario* bensì *complementare*.
1. Ad esempio, nel lavoro di soccorso in caso di calamità, non è raro combinare i dati generati da utenti dei social media con filmati di droni o immagini satellitari.
1. Nell'osservazione elettorale, le testimonianze dell'elettorato possono essere ulteriormente indagate da osservatrici/osservatori elettorali di professione o giornaliste/i e servire come prova a sostegno di irregolarità del processo.

### Alternative da considerare:

1. Il crowdsourcing richiede spesso molto know-how e risorse, che saranno ulteriormente esplorate nella prossima sezione.
1. Quindi, a volte è più fattibile impiegare altri metodi che potrebbero produrre risultati simili, come l'Open Source Intelligence (OSINT), che si concentra sull'utilizzo di [strumenti e risorse gratuiti](#).

### Esempi di quando il crowdsourcing può essere utilizzato in campo giornalistico, in una crisi, o per una migliore governance, responsabilità o difesa dei diritti umani:

#### *Il crowdsourcing nel giornalismo*

Il Tow Center for Digital Journalism della Graduate School of Journalism della Columbia University, che studia l'impatto della tecnologia sul giornalismo, esplora l'uso del crowdsourcing da parte dei media in questa [guida del 2015](#).

Il TOW definisce il crowdsourcing nel giornalismo come "l'atto di invitare specificamente un gruppo di persone a partecipare a un compito di *reporting* - come la raccolta di notizie, la raccolta di dati o l'analisi - attraverso un invito o chiamata ("*call*") mirato e aperto a fornire input, esperienze personali, documenti, o altri contributi."

- Nel 2018, ABC Australia ha condotto la più grande indagine del paese sull'assistenza alle/agli anziane/i basata sul crowdsourcing attraverso [una call per la raccolta delle informazioni strutturata](#).
- L'agenzia di reportage investigativo CORRECTIV in Germania ha sviluppato un modo efficace per coinvolgere il pubblico nel crowdsourcing di informazioni su vari argomenti tramite la sua rodata [piattaforma CrowdNewsroom](#). Una delle loro indagini basate su informazioni raccolte col crowdsourcing di maggior successo fino ad oggi è stata "[Who Owns Hamburg?](#)" (disponibile in tedesco), che ha invitato la cittadinanza di Amburgo a condurre ricerche aperte su chi possiede e controlla realmente le proprietà in affitto nel mercato immobiliare non trasparente della città.
- Bellingcat è un'organizzazione che si concentra sulle indagini online fatte da cittadine/i e spesso utilizza il crowdsourcing sui social media per raccogliere informazioni, documentare e verificare gli eventi come parte delle sue storie e

inchieste. Ad esempio, una delle loro [indagini di punta sull'abbattimento dell'aereo passeggeri Malaysia Airlines 17 \(MH17\)](#) in Ucraina nel 2014 ha fatto largo uso del crowdsourcing.

- La produzione di un documentario sulle famiglie colpite dalla guerra alla droga in Messico - "[Anyone's Child Mexico](#)" - ha raccolto storie tramite una linea telefonica gratuita attraverso organizzazioni locali, e ha chiesto alle persone in tutto il Messico di chiamare e raccontare le loro storie.

### *Il crowdsourcing per la mappatura delle crisi*

L'uso della piattaforma Ushahidi durante il terremoto di Haiti del 2010 è considerato il primo caso di [utilizzo del crowdmapping nelle operazioni di soccorso in caso di calamità](#). Da allora sono state sviluppate e implementate diverse altre piattaforme di crowdmapping per le azioni umanitarie, anche in combinazione con altre tecnologie, come l'uso di droni o immagini satellitari.

- Ecco un esempio del 2019 [di utilizzo del crowdsourcing per mappare le stazioni di lavaggio delle mani](#) in Indonesia per prevenire la diffusione di COVID-19, che descrive in dettaglio le strategie utilizzate per attirare utenti.

### *Il crowdsourcing per una migliore governance, responsabilità e diritti umani*

Il crowdsourcing è stato utilizzato anche da chi si occupa di attivismo e difesa dei diritti umani per [mappare gli abusi d'ufficio e la corruzione](#), aiutare la cittadinanza a [segnalare problemi locali](#) alle autorità e [denunciare le violazioni dei diritti umani](#).

- Ecco un [esempio](#) del 2017 dell'indagine congiunta di Amnesty International e Airwars sul bombardamento di Raqqa, in Siria, che ha coinvolto oltre 138.000 collaboratori/collaboratrici volontari/e provenienti da 124 paesi.
- ProPublica è una redazione indipendente e senza scopo di lucro che produce giornalismo investigativo. Nel 2020 ha organizzato una copertura mediatica collaborativa in tempo reale dei problemi dell'"Election Day" negli Stati Uniti, chiamata [ElectionLand](#), mediante crowdsourcing dei dati dai moduli web dell'elettorato, messaggi di testo, un numero WhatsApp, e collaborando con una linea diretta di protezione elettronica.

## Sessione 2: Impostare il lancio di uno sforzo di crowdsourcing

Prima di decidere di impegnarsi nel crowdsourcing, è importante porsi una serie di domande. Le domande per la discussione sono fornite di seguito:

### ● Perché volete fare crowdsourcing?

- Ad esempio, per raccontare una storia / aumentare la consapevolezza su un problema, raccogliere dati per aiutare altre/i attiviste/i o organizzazioni nel loro lavoro, coinvolgere la cittadinanza in un processo o un evento importante o altro. Per esempio:
  - Una petizione online di massa [per chiedere un vaccino contro il Coronavirus disponibile a livello globale](#)
  - Una [mappa in tempo reale della qualità dell'aria](#) in tutto il mondo
  - Una piattaforma per segnalare [questioni di interesse per la cittadinanza](#) alle autorità locali

### ● Quali sono le principali considerazioni etiche quando si esegue il crowdsourcing delle prove?

- Potreste prendere in considerazione aspetti come l'accuratezza delle informazioni, la privacy di chi contribuisce, la proprietà dei dati raccolti e l'accessibilità del vostro lavoro.
- Alcuni di questi aspetti possono anche avere implicazioni legali, quindi potrebbe essere saggio cercare una consulenza legale prima di avviare il crowdsourcing.

### ● Quanto sono verificabili i dati raccolti?

- Il crowdsourcing può essere uno strumento utile per raccogliere dati che potreste non conoscere.
- Può anche rappresentare una sfida da verificare, in particolare se vi trovate di fronte a entità più grandi che possono organizzare bot, e utenti che possono corrompere i vostri dati. Quindi, prima di impegnarvi nel crowdsourcing, pensate attentamente se e come i dati che raccogliereste potrebbero essere verificati.
- Fornite una spiegazione chiara della misura in cui siete in grado di verificare i dati quando divulgate i vostri risultati. Se avete indicazioni che i dati sono stati intenzionalmente danneggiati, valutate attentamente se debbano essere divulgati. Per esempio:
  - La piattaforma russa di crowdmapping per le violazioni elettorali <https://www.kartanarusheniy.org/> fornisce una dichiarazione di non responsabilità, affermando che le segnalazioni di irregolarità elettorali sono fornite volontariamente dalle/dagli utenti e sono pubblicate senza ulteriori verifiche da parte delle amministratrici / degli amministratori del sito Web al fine di portare tempestivamente i dati all'attenzione degli organi dell'amministrazione elettorale e delle forze dell'ordine (contenuto in russo).

## ● Chi contribuisce?

- Sollecitare contributi da attiviste/i qualificate/i può sembrare diverso dal cercare di coinvolgere le/i comuni cittadine/i.
- Potreste anche prendere in considerazione caratteristiche demografiche come età, genere o posizione geografica di chi collabora con voi.
- Se non volete che i vostri dati provengano da un solo sottoinsieme della popolazione, chiedetevi se le informazioni sul vostro lavoro [possono raggiungere gruppi marginalizzati](#); se gli strumenti che state utilizzando sono accessibili a chiunque o rischiano di rendere ancora più profonde [le lacune digitali](#) già esistenti.
- Infine, mentre i dati potrebbero non essere [rappresentativi](#) in senso sociologico, potreste comunque volere che provengano da una varietà di luoghi e gruppi diversi, per presentare un quadro più accurato della situazione con i vostri risultati.

## ● Chi ne trae beneficio?

- Ricordate che chi contribuisce con i dati e chi alla fine trae beneficio dal vostro lavoro potrebbero essere persone diverse.
- Provate a presentare i vostri risultati in un formato che sia accessibile al pubblico con cui desiderate dividerli. Ciò può influire sul formato in cui deciderete di fare crowdsourcing dei dati. Per esempio:
  - Il sito web di "[I Paid a Bribe](#)" - un progetto che monitora la corruzione in India - evidenzia la mappa del paese in base alla densità dei report provenienti da ciascuna regione, pubblica i singoli report in tempo reale, li somma per categoria e fornisce una panoramica delle pubblicazioni di notizie che ne risultano.

## ● Quali sono i rischi?

- È anche importante pensare a eventuali rischi o fare considerazioni sulla sicurezza che possono interessare voi o chi collabora con voi (e verificare se queste persone ne sono a conoscenza).
- Prendete ogni misura per proteggere la loro privacy e l'anonimato, ove necessario. A volte questo può significare prendere misure aggiuntive per deanonimizzare i dati prima di ulteriori elaborazioni.

## ● Chi potrebbe collaborare o diventare vostro partner?

- Pensate ad altri gruppi o persone che fanno attivismo singolarmente, potenzialmente interessate o già impegnate in un lavoro simile. Ci sono gruppi con esperienza nella raccolta di prove tramite crowdsourcing o di cui potete utilizzare i dati per fare riferimenti incrociati dei risultati?
- Di solito è una buona idea collaborare con altre/i al fine di migliorare i propri sforzi o evitare doppioni.

- Inoltre, possono emergere degli approcci misti di raccolta dei dati come risultato delle vostre collaborazioni. Per esempio:
  1. Il [progetto Electionland](#) di ProPublica ha rappresentato un lavoro di giornalismo collaborativo per coprire i seguenti argomenti: accesso al voto, sicurezza informatica, disinformazione, e integrità elettorale nelle elezioni statunitensi del 2020. Per documentare gli impedimenti al voto in tempo reale, l'organizzazione ha riunito una coalizione di [oltre 150 redazioni](#) in tutto il paese e [ha lanciato un appello](#) all'elettorato, alle/agli addette/i ai sondaggi e alle amministrazioni elettorali per segnalare eventuali problemi riscontrati direttamente o cui hanno assistito durante il processo di voto attraverso una varietà di canali.

### ● Cosa succede ai dati, dopo?

- Ad esempio, volete condividere apertamente i dati grezzi o scrivere e diffondere un report basato sui vostri risultati?
- È fondamentale rendere immediatamente disponibili i risultati?
- In quale formato devono essere i dati? Per esempio:
  - FixMyStreet nel Regno Unito pubblica dati aggregati sui problemi segnalati dalla cittadinanza su una [dashboard in tempo reale](#) in cui elenca anche le categorie principali, tiene traccia di quante segnalazioni sono già state risolte e valuta i consigli locali in base alla reattività.

### ● Dovrebbero essere riconosciuti i crediti? Se sì, come?

- È importante riconoscere sempre i crediti, ove dovuti.
- Per esempio, ringraziate le organizzazioni che collaborano, elencate gli strumenti e i software utilizzati, e nominate chi ha contribuito (i gruppi o gli individui più attivi in sforzi di crowdsourcing particolarmente grandi), a meno che non abbiano bisogno / desiderino rimanere anonimi.
- Controllate sempre con le persone che hanno collaborato come desiderano essere accreditate, o aggiungete una nota e una spiegazione su come verrà fatta l'attribuzione dei crediti, incluso il modo in cui le persone possono rinunciare ad essere menzionate, se ciò rappresenta per loro un rischio. Per esempio:
  - Nel divulgare [le loro scoperte sulle morti civili](#) durante il bombardamento del 2017 di Raqqa, in Siria, Amnesty International e Airwars hanno elencato tutti i partner, gli strumenti e le principali contributrici / i principali contributori che hanno fornito molteplici flussi di prove utilizzate nell'indagine (Vedi <https://raqqa.amnesty.org/> => "Toolkit" => "Crediti").

## Sessione 3: Scegliere il giusto approccio di crowdsourcing

Scegliere l'approccio giusto dipende davvero dai vostri obiettivi.

A volte, chi fa giornalismo crea un canale sicuro per la cittadinanza per inviare in modo anonimo i suggerimenti; chi difende i diritti può incoraggiare le vittime a presentare prove di abuso in qualsiasi formato disponibile; le/gli osservatrici/osservatori elettorali possono chiedere all'elettorato di tentare di classificare il tipo di irregolarità a cui assiste in base ad alcuni criteri prestabiliti.

La maggiore o minore necessità che i dati raccolti con un crowdsourcing si adattino rigorosamente a un formato specifico per l'analisi definirà se è necessario impegnarsi in una raccolta dati strutturata o non strutturata.

- [La guida al crowdsourcing](#) del Tow Center for Digital Journalism della Columbia University distingue tra call "**aperte**" e "**specifiche**" nel modo seguente:
  - Nelle call "aperte", il pubblico è invitato a contattare le/i giornaliste/i con informazioni tramite un invito aperto, utilizzando vari canali (e-mail, telefono, SMS, software di sondaggi online, ecc.) per contribuire con voti, chiamate, suggerimenti o qualsiasi altro materiale vogliono inviare a un'organizzazione, un osservatorio o giornalista. Questo formato di solito segue il formato di raccolta di *open data*.
  - Nelle call "specifiche", le/i giornaliste/i si rivolgono a determinati gruppi con una specifica richiesta di informazioni. Le informazioni vengono solitamente fornite in un formato predefinito e acquisite in un database in cui è possibile effettuare una ricerca.
- I **vantaggi del crowdsourcing di dati specifici in modo strutturato** includono l'aggregazione di tipi specifici di prove in un formato unificato, che consente di analizzare facilmente i dati. Tuttavia, un formato più rigoroso può limitare la capacità del pubblico target a contribuire con i dati.
- Le **chiamate aperte non strutturate** consentono il crowdsourcing di una maggiore varietà di dati provenienti da un numero potenzialmente maggiore di contributrici/contributori, senza che voi o il vostro pubblico dobbiate limitarvi in funzione del tipo di report che ritenete di poter ricevere. Allo stesso tempo, la verifica e l'analisi dei dati che arrivano attraverso canali vari e in più formati può essere molto più dispendiosa in termini di tempo e lavoro.
- A volte, è possibile utilizzare un **mix di approcci**, specialmente in progetti collaborativi di grandi dimensioni o in cui i dati devono essere incrociati attraverso più flussi di prove.

## Sessione 4: Lavorare con il pubblico target dello sforzo di crowdsourcing

**Coinvolgere con successo i membri della comunità di cui si desidera il contributo di dati è metà del successo del vostro sforzo di crowdsourcing.**

In altre parole, potete fare tutto bene, ma se nessuno contribuisce con i dati, tutto il vostro lavoro sarà vano. Pertanto, è fondamentale pensare in anticipo all'impegno della comunità.

- Ecco alcune **utili domande guida** [di ProPublica](#):
  - Chi sono le persone che vorreste rispondessero alla call? Perché sono la comunità migliore da coinvolgere?
  - Che cosa ci guadagna la comunità? Per quali ragioni parteciperebbero le persone?
  - Quali sono i motivi per cui le persone potrebbero non partecipare? Come pensate di ridurre eventuali preoccupazioni ed esitazioni?
  - Chi è più coinvolto? Quale linguaggio usano per descrivere il problema? Sono arrabbiate/i? Dove ne parlano? Come?
  - Chi sono le persone più influenti in questa comunità? Ci avete parlato? Cosa pensano della vostra idea?
  
- Assicuratevi di considerare anche le **particolari condizioni sociali e politiche** in cui operate.
  - Se contribuire con i dati al vostro lavoro comporta un certo grado di rischio, le persone potrebbero essere riluttanti se non credono che possa derivarne un cambiamento tangibile.
  
- Pensate a **come far sì che i membri siano interessati** ed entusiasti di far parte del vostro sforzo di crowdsourcing.
  - A volte, questo può significare far precedere il crowdsourcing da un lavoro di sensibilizzazione e di costruzione della fiducia.
  - Potete scegliere di condurre una campagna informativa su un particolare problema, interagire con le/gli opinion leader, creare fiducia con i membri più attivi della comunità e così via.
  
- Pensate a **come potete mostrare i risultati** e chiudere il ciclo di feedback con il vostro pubblico, anche se chi contribuisce resta nell'anonimato. Per esempio:
  - potete scegliere di pubblicare aggiornamenti in tempo reale sullo stato di avanzamento del vostro sforzo di crowdsourcing o anche condividere alcuni dei dati raccolti tramite gli stessi canali per incoraggiare più contributi (ne è un esempio eccellente il caso di "[Anyone's Child: Mexico](#)" descritto di seguito).

- È anche utile assicurarsi che alcuni contributi arrivino il prima possibile dopo aver lanciato il vostro crowdsourcing (potete organizzarvi in anticipo con alcune fonti attendibili se sapete che hanno già qualcosa con cui contribuire).
  - **In breve, quando i membri della comunità vedono gli altri partecipare attivamente, è più probabile che si impegnino a loro volta.**
- **Pensate a come raggiungerete il vostro pubblico.**
- Potreste voler lanciare la vostra call tramite i canali e i metodi preferiti dalle persone che volete contribuiscano (ma non da voi).
  - Ad esempio, la pubblicità online mirata che utilizza strumenti come [Lookalike Audiences](#) di Facebook può essere molto potente, ma solo se il vostro pubblico target utilizza Facebook, in primo luogo, e se avete abbastanza risorse da spendere per le inserzioni di Facebook.
  - ProPublica offre **diverse domande utili** da considerare quando si sceglie il metodo di coinvolgimento:
    - Qual è la forma migliore e più efficiente di comunicazione con il gruppo? Come informerete le/i partecipanti di quello che troverete? Quanto volete / avete bisogno che questa comunità sia coinvolta durante il reporting?
    - Cosa volete che le persone vi dicano attraverso il loro coinvolgimento? Attraverso il crowdsourcing state cercando di raccogliere dati, aneddoti, materiali probatori, ecc.?
    - Quali sono le informazioni concrete che dovete raccogliere? Qual è il modo più semplice per chi partecipa di consegnarvele? L'avete già collaudato? Con che esito?
    - Se questo progetto va benissimo e ottenete una risposta enorme, come vi organizzerete? Cosa dovete preparare in anticipo?
    - Come utilizzerete o pubblicherete ciò che inviano le/i partecipanti? Quali autorizzazioni vi stanno dando? Qual è il modo migliore e più chiaro per comunicare le vostre intenzioni?
  - Ecco alcuni **metodi e canali di sensibilizzazione delle comunità** da prendere in considerazione (altri possono essere trovati nei [case study](#) citati dal Global Investigative Journalism Network):
    - Il reporter olandese Jelmer Mommers ha utilizzato il sito di notizie per rivolgersi direttamente ai dipendenti Shell per informazioni sulla conoscenza dell'azienda in materia di cambiamenti climatici. Ha [invitato le/i lettrici/lettori a inviargli un'e-mail](#) e ha ricevuto [documenti aziendali interni e altro ancora](#).
    - La reporter di *ProPublica* degli Stati Uniti Adriana Gallardo ha collaborato con la corrispondente della National Public Radio Renee Montagne per [diffondere un questionario online](#) rivolto alle donne che hanno avuto complicazioni potenzialmente letali durante il parto. Pubblicato su Facebook e Twitter, oltre che su siti non convenzionali come il sito di crowdfunding GoFundMe, il questionario ha prodotto migliaia di risposte e ha portato al racconto di [molte storie](#).
    - Le/i documentariste/i sulla violenza legata alla droga in Messico hanno lanciato una linea telefonica gratuita pubblicizzata attraverso partner locali e

hanno invitato le persone in tutto il paese a chiamare per raccontare le proprie storie. Quando chiamavano, le persone potevano anche ascoltare le storie altrui. Da questo lavoro è scaturito un progetto multimediale di documentario dal titolo "[Anyone's Child: Mexico](#)" (disponibile anche in [spagnolo](#)).

- Assicuratevi di prendere in considerazione qualsiasi **aspetto della privacy e della sicurezza**.
  - Partecipare al vostro crowdsourcing comporta potenzialmente rischi per il vostro pubblico target? In tal caso, è fondamentale assicurarsi di fare tutto ciò che è in vostro potere per offrire un canale di comunicazione sicuro e proteggere l'identità di chi collabora con voi.
  - Sebbene le persone possano essere più indulgenti riguardo alla sicurezza di quanto ci si aspetterebbe, dovrete sforzarvi di assicurarvi che siano consapevoli dei rischi e della vostra maggiore o minore capacità di mitigarli.

## Sessione 5: Scegliere gli strumenti tecnici per il crowdsourcing

È facile abbattersi o entusiasinarsi eccessivamente quando si tratta di utilizzare un particolare strumento tecnico per il crowdsourcing dei dati. C'è un'abbondanza di strumenti facili e sicuri sviluppati da e per chi difende i diritti umani, chi fa giornalismo e per gli enti di sorveglianza per la cittadinanza. Tuttavia è importante scegliere lo strumento giusto in linea con gli obiettivi e le esigenze del vostro sforzo di crowdsourcing, anziché cercare di progettare l'operazione di crowdsourcing intorno allo strumento. A volte, questo può significare che non vi serve la tecnologia più recente e più cool, quanto piuttosto una semplice linea telefonica diretta, messaggi di testo o e-mail.

Per fare la scelta giusta è importante considerare:

### ● L'ambiente tecnico

- La maggior parte delle persone cui vi rivolgete ha accesso a Internet? Che tipo di connessione hanno?
- Hanno accesso a dispositivi mobili o smartphone? In caso affermativo, quale tipo / modelli è più probabile che utilizzino?
- Considerate anche il livello della loro alfabetizzazione informatica.

### ● Privacy e sicurezza

- È importante considerare se partecipare al vostro crowdsourcing comporta potenzialmente rischi per il vostro pubblico target. In tal caso, è fondamentale assicurarsi di fare tutto il possibile per offrire un canale di comunicazione sicuro e proteggere l'identità di chi collabora con voi.
- Sebbene le persone possano essere più indulgenti riguardo alla sicurezza di quanto ci si aspetterebbe, dovrete sforzarvi di assicurarvi che siano consapevoli dei rischi e della vostra maggiore o minore capacità di mitigarli.

### ● Usare strumenti esistenti oppure crearne / introdurne di nuovi

- Le persone sono particolarmente riluttanti a cambiare le proprie abitudini tecnologiche. Verificate quali strumenti tecnologici sta già utilizzando il vostro pubblico target (ad esempio social network, messenger online, ecc.) e valutate di integrare tali strumenti nel vostro crowdsourcing.
- Se scegliete di sviluppare e introdurre uno strumento speciale per il crowdsourcing dei dati in questo particolare ambiente, tenete presente che potrebbe volerci un po' di tempo o potreste non avere alcun successo malgrado i vostri sforzi.

### ● Alcuni strumenti di comunicazione sicura popolari, e i loro pro e contro

- Esistono diversi strumenti di comunicazione sicuri che vengono utilizzati da giornaliste/i e attiviste/i. Sebbene nessun sistema sia sicuro al 100%, ci sono strumenti che tentano di creare un ambiente più sicuro rispetto a quello offerto dai normali canali di comunicazione (come telefono, social media, e-mail).

- Nessuno strumento è il migliore in assoluto, quindi è importante considerare attentamente le circostanze individuali di chi potenzialmente contribuirà.

I canali di comunicazione comuni includono:

Strumenti	Caratteristiche	Compromessi	Download e guide di configurazione
Signal <a href="https://signal.org/">https://signal.org/</a>	Signal è un'app di messaggistica sicura gratuita e open source per <a href="#">iPhone</a> e <a href="#">Android</a> , sviluppata da <a href="#">Open Whisper Systems</a> . Crittografa tutte le comunicazioni "end-to-end", rendendo tutti i dati accessibili solo a mittente e destinataria/o.	Signal non è così popolare come WhatsApp o altre app di messaggi crittografati end-to-end, e le/gli utenti devono registrarsi utilizzando i propri numeri di telefono reali.  Tuttavia, in teoria Signal <a href="#">non registra alcun metadato sui contatti o messaggi dell'utente</a> . Così è impossibile dedurre alcunché sulla comunicazione dell'utente attraverso il suo utilizzo dell'app.	<a href="https://signal.org/download/">https://signal.org/download/</a>
WhatsApp <a href="https://www.whatsapp.com/">https://www.whatsapp.com/</a>	Disponibile su <a href="#">iPhone</a> e <a href="#">Android</a> , WhatsApp è un'applicazione di messaggistica popolare che utilizza <a href="#">una crittografia end-to-end simile a quella di Signal</a> . Attualmente è utilizzato da <a href="#">oltre 2 miliardi di persone</a> in tutto il mondo.	Come Signal, WhatsApp memorizza il numero di telefono dell'utente. È di proprietà di Facebook e condivide il numero di telefono e l'analisi dell'utente con la società di social media. Facebook <a href="#">può anche essere costretta a condividere i suoi dati sulle/sugli utenti</a> in risposta a un ordine del tribunale o a un mandato di comparizione.  WhatsApp può anche eseguire il backup dei messaggi non crittografati su iCloud o Google Drive (funzione che può essere disattivata nelle impostazioni di sicurezza dell'app).	<a href="https://www.whatsapp.com/download/">https://www.whatsapp.com/download/</a>
Crittografia e-mail PGP ( <a href="#">Pretty Good Privacy</a> )	PGP è uno standard crittografico <a href="#">popolare nel mondo giornalistico</a>	Per essere utilizzato, PGP richiede un livello di conoscenza e	<a href="https://www.openpgp.org/">https://www.openpgp.org/</a>

	<p><a href="#">per la protezione della posta elettronica.</a></p> <p>Utilizza la crittografia a chiave pubblica ("public key"), il che significa che ogni utente ha una "chiave pubblica" utilizzata per crittografare i messaggi ad altre/i utenti. La chiave pubblica può essere condivisa con chiunque. Ogni utente ha anche una "chiave privata" corrispondente, che viene utilizzata per decodificare i messaggi e non dovrebbe mai essere condivisa.</p> <p>Esempi di software di crittografia e-mail includono <a href="#">GPG Suite</a> per Mac, <a href="#">GPG4win</a> per Windows e Linux, <a href="#">Thunderbird</a> con estensione <a href="#">Enigmail</a> e <a href="#">Mailvelope</a>.</p>	<p>formazione tecnica superiori alla media delle/degli utenti di computer o smartphone.</p> <p>Altri canali di comunicazione sicuri possono offrire un livello di protezione comparabile pur essendo più facili da usare.</p>	<p><a href="#">software/</a></p>
<p>Protonmail</p> <p><a href="https://proton.me/">https://proton.me/</a></p>	<p>ProtonMail è un servizio di posta elettronica gratuito PGP completamente integrato. Ciò significa che con ProtonMail, <a href="#">chiunque può utilizzare PGP, indipendentemente dalle conoscenze tecniche.</a> Inoltre, impedisce a chiunque (incluso lo stesso ProtonMail) di leggere o condividere le e-mail dell'utente mentre il dispositivo è in standby, un concetto noto come "crittografia ad accesso zero" ("zero-access encryption").</p>	<p>Sebbene gratuito (solo per l'account di base) e facile da usare, per impostazione predefinita ProtonMail comunica con account di posta elettronica esterni senza crittografia end-to-end. Pertanto, il provider di posta elettronica esterno dall'altra parte può avere accesso alle e-mail inviate da ProtonMail; è dunque buona pratica comunicare informazioni sensibili solo all'interno del servizio ProtonMail.</p>	<p><a href="https://proton.me/pricing">https://proton.me/pricing</a></p>
<p>SecureDrop</p> <p><a href="https://securedrop.org">https://securedrop.org</a></p>	<p>SecureDrop è un <a href="#">sistema open source di invio di informazioni per informatici/informatori</a> <a href="#">che</a> le testate giornalistiche possono installare per ricevere in modo sicuro e anonimo documenti e suggerimenti dalle loro fonti.</p>	<p>Sebbene SecureDrop consenta a chiunque lo installi di <a href="#">possedere completamente i server</a>, ridurre al minimo i metadati, crittografare i dati e imporre una serie di altre solide pratiche di sicurezza, può essere costoso e difficile da configurare.</p>	<p><a href="https://docs.securedrop.org/en/stable/">https://docs.securedrop.org/en/stable/</a></p>

	<p>È disponibile in 20 lingue ed è utilizzato in oltre 50 testate giornalistiche in tutto il mondo, tra cui <i>The New York Times</i>, <i>The Washington Post</i>, <i>ProPublica</i>, <i>The Globe and Mail</i>, e <i>The Intercept</i>.</p>		
<p>Tella  <a href="https://tella-app.org/">https://tella-app.org/</a></p>	<p>Tella è un'applicazione mobile gratuita di raccolta dati open source, progettata per ambienti con <a href="#">connettività Internet limitata e rischi per la sicurezza elevati</a>. Attualmente è disponibile per <a href="#">Android</a> in diverse lingue.</p>	<p>Sebbene Tella sia relativamente facile da usare e personalizzabile in base alle esigenze dell'organizzazione che la utilizza, la distribuzione dell'applicazione richiede comunque una certa formazione dell'utente e competenze tecniche per la configurazione del server back-end.</p>	<p><a href="https://tella-app.org/">https://tella-app.org/</a></p>
<p>FrontlineSMS  <a href="https://www.frontlinesms.com">https://www.frontlinesms.com</a></p>	<p>Un software utilizzato da una varietà di organizzazioni per <a href="#">distribuire e raccogliere informazioni tramite messaggi di testo</a> in oltre 120 paesi.</p>	<p>Utilizza un canale di comunicazione comunemente accessibile ma non sicuro. È un servizio a pagamento con commissioni relativamente basse.</p>	<p><a href="https://www.frontlinesms.com/platform">https://www.frontlinesms.com/platform</a></p>

## Sessione 6: Verifica

La verifica dei dati ottenuti con il crowdsourcing è estremamente importante. A seconda del tipo e del formato dei dati che state tentando di raccogliere, valutate attentamente quanta verifica vorreste e sareste in grado di eseguire.

Ecco i risultati possibili:

### ● **Dati non verificati**

- Alcuni dati potrebbero essere impossibili da verificare, perché nuovi e privi di sufficienti fonti corroboranti. In questo caso, pensate non alla verifica, ma al controllo, ovvero tentate di confutare i dati prima della pubblicazione.
- **Se non siete in grado di verificare i dati ma desiderate comunque divulgarli, fornite una chiara dichiarazione di non responsabilità contrassegnando i dati come "non verificati".**

### ● **Dati parzialmente verificati**

- Decidete quanta verifica ritenete "sufficiente" per la divulgazione dei dati.

### ● **Dati completamente verificati**

- Di solito, sono dati che hanno diverse fonti corroboranti.
  - In caso di segnalazione in tempo reale di violazioni dei diritti o quando un incidente deve essere denunciato rapidamente al fine di prevenire ulteriori ingiustizie o danni, prendete in considerazione la possibilità di avere un team di persone qualificate che operi sul campo per visitare il luogo dell'incidente e raccogliere prove corroboranti;
  - Quando non è possibile verificare i contributi sul campo, l'organizzazione può scegliere di collaborare con qualcuno che sia presente in loco con cui incrociare i propri risultati.

## Verificare i dati mappati col crowdsourcing

Ci sono diversi elementi da considerare quando si raccolgono informazioni col crowdsourcing durante una crisi. [Le/gli utenti di Ushahidi durante il terremoto di Haiti del 2010](#) hanno identificato i seguenti modi di verificare i dati, anche quando si tracciano su una mappa:

- **Ubicazione / "Location"**: il report proviene dal posto giusto?
- **Reputazione**: la fonte è ritenuta affidabile da voi o da persone di cui vi fidate?
- **Confronto / aggregazione dei contenuti** tramite clustering o altri metodi per scoprire i modelli

- **Tempistica:** il report arriva al momento giusto?

### **Verificare le informazioni sui social media**

Esistono varie tecniche per verificare i report su social media, file multimediali, ecc., che potete utilizzare (se è questo il tipo di dati che raccogliete). Si veda per esempio il “Social Media Verification Handbook” dell’European Journalism Centre [qui](#). Tuttavia, ricordate che l’impostazione di un processo di verifica non è un compito facile, e potrebbe richiedere la creazione di un modello complesso di schema decisionale, nonché un team di persone con particolari competenze.

- Si veda ad esempio l’impresa di un giornalista per [monitorare e verificare le informazioni durante le elezioni parlamentari del 2012 in Ucraina](#).

## Sessione 7: Analizzare i dati e presentare i risultati

È importante presentare i dati ottenuti col crowdsourcing in modo onesto e veritiero, ma anche pensare a un formato coinvolgente per presentarli.

- Prima di impegnarvi in un crowdsourcing, pensate a come **analizzerete e presenterete i vostri risultati**. Il **formato** in cui si desidera presentare i risultati può anche influire sul formato in cui si farà il crowdsourcing dei dati.
  - Ad esempio, se volete scrivere una storia o una serie di **storie** basate sui dati raccolti, un'open call non strutturata potrebbe essere la più appropriata. Se, al contrario, volete scrivere un rapporto analitico, potrebbero essere necessari dati più strutturati che possono essere analizzati in modo più sistematico.
  - Anche quando lavorate con dati strutturati, pensate comunque a che tipo di impressione vorreste dare con i vostri dati; in altre parole, quale "storia" vorreste far raccontare ai vostri dati?
- Quando divulgate i risultati, **descrivete** sia i vostri **metodi** di raccolta dei dati, **sia come** avete raggiunto le vostre conclusioni (se è stata condotta un'analisi).
- Non dimenticate di **riconoscere i crediti**, ove dovuti. Per esempio, ringraziate le organizzazioni che collaborano, elencate gli strumenti e i software utilizzati, e nominate chi ha contribuito (i gruppi o gli individui più attivi in sforzi di crowdsourcing particolarmente grandi) a meno che non preferiscano rimanere nell'anonimato.
- Sul vostro sito web e su qualsiasi altro materiale che potreste produrre in base ai vostri risultati, indicate chiaramente se e in che misura avete potuto **verificare** i dati ottenuti col crowdsourcing.

## Risorse collegate: articoli e guide di “Esporre l’Invisibile”

- [“It Takes a Crowd...”: Tips and examples of using crowdsourcing to collect information](#), articolo accompagnato da una conferenza di “Esporre l’Invisibile” ([a questo link](#)) e una presentazione video di un [case study](#).
- ["Safety First! / La sicurezza prima di tutto!"](#), guida di “Esporre l’Invisibile: il kit”.
- ["Risk Assessment Is a Mindset, Not a Checklist / La Valutazione del rischio è un metodo, non una lista di cose da fare"](#), articolo accompagnato dal video di una conferenza di “Esporre l’Invisibile” ([a questo link](#)).