

Workshop “Esporre l’Invisibile”

Cercare informazioni con il crowdsourcing per le indagini

Crowdsourcing: Scheda dei suggerimenti per formatrici/formatori

Definizione

- **Il crowdsourcing** è la pratica di ottenere informazioni o input in un'attività o progetto avvalendosi dei servizi di un gran numero di persone, pagate o non pagate, in genere via Internet (fonte per la definizione in inglese: <https://www.lexico.com/definizione/crowdsourcing>.)
- Il crowdsourcing è sempre più utilizzato da giornaliste/i e attiviste/i per condurre indagini, raccogliere informazioni sulle crisi, migliorare la responsabilità e documentare le violazioni dei diritti umani.

Passaggi chiave e suggerimenti

Di seguito è riportato un elenco di elementi chiave e suggerimenti che attiviste/i e organizzazioni devono considerare quando si impegnano nel crowdsourcing.

1. Definire lo scopo

- Ad esempio: 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 evento importante o condurre un'indagine.
- Lo scopo definirà altri elementi del lancio del crowdsourcing.

2. Considerare gli aspetti etici e legati alla sicurezza

- Prima di impegnarvi nel crowdsourcing, potete prendere in considerazione aspetti come:
 - L'accuratezza delle informazioni che siete in grado di raccogliere,
 - privacy e sicurezza di chi contribuisce,
 - proprietà / appartenenza dei dati raccolti,
 - accessibilità del lancio.
- A seconda del contesto, alcuni di questi aspetti potrebbero avere anche implicazioni legali, quindi potrebbe essere saggio chiedere una consulenza legale prima di avviare un progetto di crowdsourcing.

3. Definire il pubblico, il formato e la durata

- A) Chi sono le principali contributrici/i principali contributori?

- Chiedere contributi specifici ad attiviste/i qualificate/i può sembrare diverso dal cercare di coinvolgere normali utenti dei social media.
- Si possono prendere in considerazione anche caratteristiche demografiche come età, genere o posizione geografica di chi collabora.
- Considerate se servono dati provenienti da diversi sottoinsiemi della popolazione per avere un quadro completo.
- **B) Cosa vorreste fare con le prove raccolte?**
 - Ad esempio: condividere apertamente i dati grezzi o scrivere e diffondere un rapporto basato sui risultati ottenuti.
 - È fondamentale rendere immediatamente disponibili al pubblico i risultati?
 - Questo può definire il formato dei dati che desiderate raccogliere.
- **C) Quanto tempo ci vuole?**
 - La durata di un crowdsourcing varia a seconda che vogliate organizzarlo intorno a un particolare evento o a un processo.

4. Identificare il metodo migliore

- In una **chiamata aperta (“open call”)**, il pubblico è invitato a contattare l'organizzazione promotrice con informazioni tramite vari canali (e-mail, telefono, SMS, sondaggi online, ecc.) per contribuire con feedback, voti, suggerimenti, foto o qualsiasi altro materiale che desiderano inviare. Questo formato di solito segue il formato di raccolta di open data.
- In una **chiamata specifica**, l'organizzazione si rivolge 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 sia possibile cercarle.
- A volte è necessario un **mix** di metodi diversi, specialmente in progetti collaborativi di grandi dimensioni o in cui le prove devono essere incrociate su più flussi di dati.

5. Coinvolgere efficacemente il pubblico target

- Coinvolgere con successo **i membri della comunità** con cui volete collaborare per la raccolta dati è metà del successo del crowdsourcing. È molto più probabile che reagiscano e aiutino se si sentono motivati e vengono avvicinati con informazioni per loro interessanti.
- Quando pensate all'impegno della comunità, considerate le condizioni sociali e politiche in cui operate, incluso qualsiasi rischio che chi collabora può dover affrontare.
- Pensate a come interessare i membri della comunità e renderli entusiasti di far parte del vostro crowdsourcing.
- A volte, questo può significare che il crowdsourcing dovrebbe essere preceduto da alcuni lavori e campagne di **sensibilizzazione e costruzione della fiducia**.

6. Identificare gli strumenti giusti

- È facile abbattersi o entusiasinarsi eccessivamente quando si utilizza un particolare strumento tecnico per il crowdsourcing.

- È importante scegliere lo **strumento** giusto che sia in linea con gli **obiettivi** e le **esigenze** del vostro crowdsourcing, senza cercare di progettare l'operazione di crowdsourcing attorno allo strumento.
- Quando fate una scelta, considerate:
 - A) **L'ambiente tecnico** (high vs low tech), comprese le abitudini tecnologiche del pubblico.
 - B) Le esigenze di **sicurezza** e **privacy** di chi collabora.
 - C) I **costi**, i **tempi** e le **competenze** tecniche necessarie per impostare strumenti particolari.

7. Impostare un processo di verifica dei dati

- La verifica dei dati ottenuti tramite un crowdsourcing è estremamente importante.
- A seconda del tipo e del formato dei dati che volete raccogliere, pensate attentamente a quante verifiche potrebbero rendersi necessarie e se siete in grado di portarle a termine.
 - A) Prima di sviluppare un processo di verifica, decidete **quanta verifica** ritenete "sufficiente" per la divulgazione dei dati.
 - B) **A volte i dati non possono essere verificati, ma possono essere "controllati"**. Cioè, mentre può essere difficile confermarli, se non si è in grado di confutarli potrebbero comunque essere degni di essere utilizzati.
 - C) Se non siete in grado di verificare i dati ma volete comunque divulgarli (ad esempio, se li avete controllati), **fornite una chiara dichiarazione di non responsabilità** contrassegnando i dati come "non verificati".

8. Analizzare i dati e presentare le prove raccolte

- Pensate a come **analizzerete** e **presenterete i vostri risultati**.
- È importante presentare i dati ottenuti tramite il crowdsourcing in **modo onesto e veritiero**:
 - A) Quando divulgate i risultati, descrivete sia i vostri metodi di raccolta dei dati, sia come avete tratto le vostre conclusioni.
 - B) Sul vostro sito web e su qualsiasi altro materiale, indicate chiaramente se e in che misura avete potuto verificare i dati raccolti con il crowdsourcing.
 - C) Non dimenticate di riconoscere i crediti, ove dovuti.
 - D) I risultati devono essere presentati in modo interessante e coinvolgente. Un modo per farlo, è pensare a una "storia" che state cercando di raccontare con i vostri dati.

Risorse consigliate

per ulteriori letture durante la preparazione del workshop

NOTA: queste risorse possono essere condivise anche con il gruppo alla fine del workshop.

Guide:

- [“Guide to Crowdsourcing”](#), di Mimi Onuoha, Jeanne Pinder, e Jan Schaffer, 20 novembre 2015, The Tow Center for Digital Journalism (guida archiviata con Wayback Machine [qui](#).)
- [Listening Post Collective](#), un Progetto di Internews che offre risorse, strumenti, supporto peer-to-peer e uno spazio di apprendimento condiviso per giornaliste/i, leader di redazioni e gruppi di comunità che cercano di rivitalizzare i loro ecosistemi di notizie e informazioni locali attraverso l'impegno della comunità. Fornisce inoltre un [Playbook](#) / guida con passaggi concreti e suggerimenti su come mettersi in comunicazione con le comunità (archiviato con Wayback Machine [qui](#).)

Articoli:

- [“Crowdsourcing in investigative journalism”](#), di Nils Mulvad, 4 aprile 2011, the Global Investigative Journalism Network (GIJN).
- [“How Muckrakers Use Crowdsourcing: Case Studies from ProPublica to The Guardian”](#), di Toby McIntosh, 27 novembre 2017, GIJN.
- [“5 Ways to Crowdfund Easily, Legally & with Quality”](#), di Jeremy Caplan, 9 maggio 2010, Poynter.org
- [“Should You Crowdfund Your Next Project? Check Out ProPublica's Checklist”](#), di Jess Ramirez, 25 giugno 2019, GIJN.

Casi e progetti sviluppati con l'aiuto del crowdsourcing:

- [“A Reporter Crowdfunded ER Bills, and Now Doctors Are Listening”](#), di Christine Schmidt, 2 settembre 2019, per GIJN.
- [“Backstory: How the ABC's biggest crowdsourced investigation exposed failings in aged care”](#), di Jo Puccini, Flip Prior e Fanou Filali per ABC Investigations, 27 aprile 2018 / 25 settembre 2018, per ABC News Australia.
- [“Bribery in India: A website for whistleblowers”](#), di Mukti Jain Campion, 6 giugno 2011, per BBC.
- [“CrowdNewsroom: Using Communities to Assemble Non-Public Data Sets”](#), di Joseph Lichterman, 13 maggio 2019, per GIJN.
- [“How Crisis Mapping Saved Lives in Haiti”](#), di Patrick Meier, 2 luglio 2012, per il National Geographic.
- [“Mapping Handwashing Stations in Indonesia to prevent the spread of COVID”](#), di Cecilia Hinga, 9 aprile 2021, per Ushahidi.
- [“Mapping the Powerful: Poderopedia Takes Know-How Across Borders”](#), di Miguel Paz, 16 maggio 2014, per GIJN.
- [“Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election”](#), di Anahi Ayala Iacucci, *Verification Handbook 1: A Definitive Guide To Verifying Digital Content For Emergency Coverage*: <https://verificationhandbook.com/>, per l'European Journalism Centre.
- [“Shadow of a Doubt: Crowdsourcing Time Verification of the MH17 Missile Launch Photo”](#), di Aric Toler, 7 agosto 2015, per Bellingcat.

- [“STRIKE TRACKER: Decode how US-led bombing destroyed Raqqa”](#), Syria, aprile 2019, di Amnesty International.
- [“Using a Mobile Phone Survey to Investigate South Sudan’s Conflict”](#), di Carolyn Thompson, 11 maggio 2020, per GIJN (anche in [francese](#)).
- [“Wem gehört Hamburg?”](#) (“Who Owns Hamburg?”), 23 novembre 2018, di CORRECTIV (disponibile in tedesco) – un progetto di crowdsourcing sulla proprietà immobiliare ad Amburgo, Germania (il progetto si è esteso ad altre città).

Piattaforme e strumenti utilizzati per raccogliere dati con il crowdsourcing:

- [CrowdNewsroom](#) – piattaforma di redazione di crowdsourcing sviluppata da un organo di informazione investigativa tedesco: CORRECTIV.
- [Fixmystreet.org](#) – l’open source FixMyStreet Platform consente di avviare facilmente un sito Web che aiuta le persone a segnalare problemi stradali come buche e lampioni rotti. Le segnalazioni di problemi vengono quindi inviate alle autorità per la risoluzione.
- [FrontlineSMS](#) – software economico utilizzato da varie organizzazioni per distribuire e raccogliere informazioni tramite messaggi di testo.
- [Poderopedia](#) (in spagnolo) – una piattaforma collaborativa di data journalism che aiuta a comprendere le relazioni tra persone, aziende e organizzazioni in tutta l’America Latina. La piattaforma coinvolge anche le/i cittadine/i che desiderano contribuire con informazioni.
- [Securedrop.org](#) – un sistema di invio informazioni per informatrici/informatori open source che le organizzazioni dei media e le ONG possono installare per accettare in modo sicuro documenti da fonti anonime.
- [Ushahidi.com](#) – un’applicazione software open source e una società tecnologica senza scopo di lucro attiva in nove paesi la cui missione è dare voce alle persone marginalizzate e aiutare quelle al loro servizio ad ascoltarle e rispondere meglio alle loro esigenze.

Organizzazioni note per lavorare con dati provenienti da crowdsourcing:

- [Amnesty International](#) – un’organizzazione internazionale non governativa per i diritti umani con sede nel Regno Unito, che gestisce la piattaforma [“Amnesty Decoders”](#), utilizzata da una rete globale di volontarie/i digitali che aiutano la ricerca e denunciano le violazioni dei diritti umani.
- [Bellingcat](#) – un’organizzazione che si occupa di indagini online portate avanti anche da cittadine/i che utilizza spesso il crowdsourcing sui social media per raccogliere informazioni, documentare e verificare gli eventi come parte delle sue narrazioni e report.
- [CORRECTIV](#) – un organo di informazione investigativa in Germania.
- [ProPublica](#) – una redazione indipendente americana senza scopo di lucro che fa giornalismo investigativo.
- [The Guardian](#) – un sito web britannico di notizie e media di proprietà del Guardian Media Group.