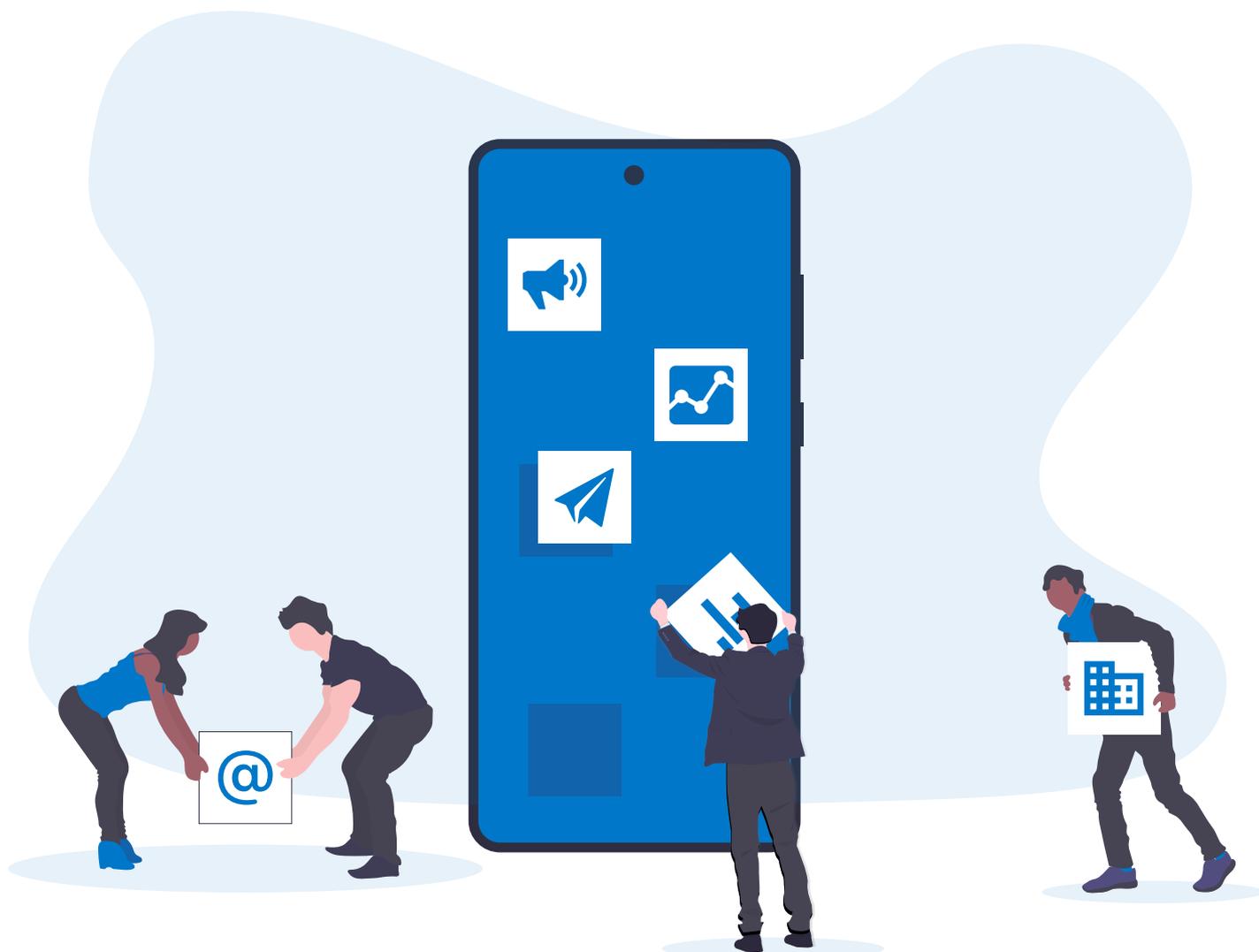


CRESCERE CITTADINI DIGITALI

Guida all'insegnamento dell'Educazione Civica Digitale

Lezione 4 Contenuti Digitali



SAMSUNG

Parola all'esperto: Michelangelo Coltelli



Nato nel 1972, si è occupato di web come consulente informatico fin dai primi anni di Internet. Dal 1993 fino ai primi anni 2000 ha insegnato a privati l'uso della rete e realizzato siti per piccole aziende, trasformando quella che era una passione in un lavoro. Nel 2012, Michelangelo è tornato in rete aprendo quella che poi è diventato BUTAC. Un blog che si occupa di corretta informazione. In questi ultimi 8 anni è stato anche consulente per la Camera dei deputati nel progetto Basta Bufale, consulente della Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici, Chirurghi e Odontoiatri. Inoltre, Michelangelo ha collaborato col CICAP, di cui è socio da diversi anni.

Orientarsi in rete

Imparare a districarsi nel web è diventata una delle doti di maggiore importanza nella società attuale. Quasi tutto è diventato accessibile via internet, e sulla rete transita la maggior parte delle informazioni che solo in un secondo tempo raggiungono gli utenti tramite altri media. La tv, la radio, la carta stampata, sono sempre un passo indietro rispetto alla velocità con cui le informazioni si diffondono tramite la rete. Internet sta lentamente diventando il luogo dove è obbligatorio esserci. L'agenzia delle entrate, l'INPS, i comuni, tutti vogliono che noi usiamo la Rete per tutte quelle cose burocratiche che online possono essere semplificate. A parte singole iniziative, fino ad oggi non era mai esistito nel piano studi nazionali un vero approccio

alla rete web che metta in guardia dai pericoli nascosti di cui internet negli ultimi anni si è riempita. E ai docenti che dovrebbero insegnare questi concetti non era mai stato dato il "manuale delle istruzioni" per farlo: è in questo vuoto che si inserisce il progetto come quello che avete in mano.

La rete, le echo chamber e i pregiudizi

Le bufale, o Fake News come le vogliamo chiamare oggi, esistono da sempre. Non sono un problema nato con Internet, anzi, i primi anni della rete chi la usava erano per lo più accademici e studiosi, molto attenti a come la stessa veniva usata. Il problema è stato quando il grande pubblico è arrivato e ha cominciato ad usarla e abusarne sempre di più. Prima

con i sistemi di messaggistica, poi con i veri e propri social network. Un piccolo appunto che ritengo importante fare: i social network sono tutti quei luoghi dove è possibile aggregare più persone. Quindi non solo Facebook, Instagram, Twitter o TikTok ma anche Whatsapp, Telegram e tutti quei servizi di messaggistica che ci permettono di comunicare con più persone nello stesso momento. Le reti sociali purtroppo ci hanno ingabbiato in quelle che sono definite echo chamber, come succede anche nella vita al di fuori della rete.

Se siamo tifosi di una squadra di calcio è ovvio che cercheremo informazioni su di essa, se siamo appassionati di medioevo cercheremo informazioni su quel periodo storico, facilmente anche le persone che frequentiamo sono collegate in qualche modo ai nostri interessi e passioni. Sui social succede lo stesso, ci iscriviamo a gruppi e pagine seguendo lo stesso percorso. Il problema è che dal vivo le contaminazioni avvengono più facilmente. Online, invece, a dirigere tutto ci sono algoritmi, che in base a quelle che sono le nostre preferenze ci mostreranno sempre soggetti e gruppi che siano in qualche modo collegati. Questo, invece che ampliare il nostro orizzonte della conoscenza, lo limita. Ci chiudiamo a riccio all'interno di gruppi dove tutti la pensano più o meno come noi. Ci diamo ragione a vicenda. E questo è terreno fertile perché un certo tipo di disinformazione attecchisca e diventi virale.

Information disorder

Ci siamo abituati (e anche in questo manuale lo usiamo) a leggere spesso il termine Fake News: è immediato, identifica subito di cosa stiamo parlando. Ma non basta. Secondo l'Unione Europa e uno studio del 2017 il termine è diventato riduttivo. Oggi si parla di infodemia, ma il termine corretto per identificare il problema attuale è Information Disorder, Disturbo dell'Informazione. Quasi una malattia. L'ecosistema dell'informazione capillare è malato, e la malattia,

il disturbo che lo affligge, ha una sola cura davvero funzionante: il nostro spirito critico.

Il termine Fake News è diventato riduttivo perché spesso i contenuti distorti a cui siamo esposti non sono neppure definibili falsi, manipolati magari, decontestualizzati, ma non falsi come invece il termine ci farebbe pensare. Per questo è importante approfondire, per questo è basilare verificare ogni informazione che leggiamo, prima di passarla a nostra volta ad altri a noi connessi.

La rete è disseminata di siti web che si spacciano per quello che non sono, influencer che diffondono informazione partigiana per portare acqua al proprio mulino. Distrarci in questo labirinto è davvero complesso.

Lo spirito critico

Purtroppo però in questo labirinto d'informazioni dobbiamo starci, quasi tutto ormai è più facile online. Dal verificare il saldo del proprio conto corrente al prenotare un volo per le nostre vacanze. Ma per poter navigare la Rete in sicurezza è fondamentale aver imparato a distinguere ciò che è rilevante e affidabile da ciò che invece può creare confusione. Affinare il proprio spirito critico per saper effettuare questa scelta è difficile senza l'aiuto di chi conosce questi meccanismi, ed è per questo che un manuale come quello che avete in mano diventa fondamentale. Imparare a riconoscere i nostri limiti, rendersi conto che tutti, ma proprio tutti siamo vittima dei nostri stessi pregiudizi è importante per saper distinguere tra fonti più o meno affidabili.

Troppe informazioni in troppo poco tempo

L'utente, grazie alla rete, è raggiunto da un quantitativo di informazioni impressionante (quell'infodemia di cui parlavamo poco sopra). Prima dell'avvento di Internet al massimo si leggeva un quotidiano, si guardava un telegiornale. Oggi l'informazione ci arriva 24 ore su 24, ovunque ci troviamo siamo in grado

di accedervi senza attendere che una redazione abbia masticato quei contenuti e li abbia resi fruibili a tutti, facendo una prima scrematura tra quanto fosse rilevante e quanto invece non lo fosse.

Nel 2015 Umberto Eco si pronunciò così:

“La tv aveva promosso lo scemo del villaggio rispetto al quale lo spettatore si sentiva superiore. Il dramma di Internet è che ha promosso lo scemo del villaggio a portatore di verità... I giornali dovrebbero dedicare almeno due pagine all'analisi critica dei siti, così come i professori dovrebbero insegnare ai ragazzi a utilizzare i siti per fare i temi. Saper copiare è una virtù ma bisogna paragonare le informazioni per capire se sono attendibili o meno.”

Quell'analisi critica sui giornali non c'è, ed oggi purtroppo è diventato fondamentale invece farla. Oggi le stesse redazioni che un tempo effettuavano quel minimo di selezione dell'informazione hanno, spesso, smesso del tutto di farlo. Anche per loro il quantitativo di informazioni da verificare è troppo ed è diventato ingestibile. Anche loro, per restare a galla, per non arrivare ultimi nella gara a chi racconta la notizia, hanno smesso di verificare tante delle informazioni che poi passano al lettore. Mal che vada, quando sono colti in fallo, cancellano dai loro siti la notizia sbagliata. Questo purtroppo genera ancora più confusione nel lettore finale, che magari legge la notizia errata, la ricerca quando si rende conto che c'era qualcosa che non andava e invece che trovarne smentita non la trova più.

Tutto questo contribuisce al Disturbo dell'Informazione di cui oggi i cittadini digitali sono vittime.

Michelangelo Coltelli

Referenze:

La Stampa: Umberto Eco – Con i social la parola a legioni d'imbecilli: <https://www.lastampa.it/cultura/2015/06/11/news/umberto-eco-con-i-social-parola-a-legioni-di-imbecilli-1.35250428>

Council of Europe: Information Disorder: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder>

FirstDraft: Understand the landscape of information disorder: <https://firstdraftnews.org/training/information-disorder/>

Obiettivi formativi

- Apprendere come riconoscere fonti e contenuti attendibili da quelli non, sensibilizzare sull'importanza di sviluppare senso critico verso quello che si trova online.
- Ragionare sul tema dell'Information Disorder e delle Fake News.
- Definire cos'è il copyright e come utilizzare i testi che si trovano online per lavori personali (ricerche, tesi, ecc.) e suggerire strumenti utili.

Indice lezione

1. Reputazione di siti e fonti
2. Information Disorder e Fake News
3. Il diritto d'autore (copyright)
4. Attività con la classe



Capitolo 1: Reputazione di siti e fonti

Un mare di informazioni

Internet ha indubbiamente cambiato il modo in cui le persone ricercano e reperiscono le informazioni di cui hanno bisogno, dalle notizie di attualità alle ricette di cucina, alle ricerche di storia. Secondo un rapporto dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni italiana (AGCOM), oggi Internet è la principale fonte di informazione per più di un quarto della popolazione italiana, mentre le riviste e i quotidiani lo sono solamente per il 17%.

Grazie a Internet il mondo si è fatto più piccolo, per tutti quelli che hanno accesso alla rete oggi è possibile ricevere informazioni in tempo reale.

In rete si trova tutto e il contrario di tutto, perdersi è molto facile. Vanificare il vantaggio di uno strumento così potente però è facile. Sapere usare i motori di ricerca e poter distinguere tra siti più o meno affidabili è basilare per non perdersi. Internet, a differenza dei giornali e della televisione, favorisce il rapporto diretto fra fonti e pubblico, ma questo implica che la responsabilità di determinare l'affidabilità di un'informazione spetti direttamente all'utente, non alla testata o alla rete televisiva, che basano la propria attività su una reputazione che bene o male devono cercare di mantenere.

Navigare consapevolmente

Per essere effettivamente utile e vantaggioso ai lettori, il web deve essere "navigato" consapevolmente. Bisogna adottare un atteggiamento attivo e consapevole per poter definire la qualità delle informazioni che vengono reperite e per poter definire delle gerarchie tra le varie fonti.

Come ben sappiamo, l'immediatezza della comunicazione digitale porta continuamente a un proliferare di informazioni false o non verificate, condivise ugualmente da moltissime persone sulla scia dell'emotività. Istintivamente, infatti, tendiamo a fidarci più facilmente delle opinioni che confer-



mano ciò in cui crediamo. Inoltre, per verificare la veridicità di una notizia ci vogliono tempo e competenze, e non tutti hanno sempre la possibilità e la voglia di farlo.

Pensiamo ad esempio a quante volte è stata smentita la morte già annunciata di un personaggio famoso o la falsa credenza che la terra sia piatta. In gergo giornalistico si parla di «bufale» o «fake news», notizie false, la cui circolazione spopola sui social, specialmente su Facebook, proprio a causa della tendenza degli utenti a condividere impulsivamente i contenuti, magari leggendo solo i titoli o affidandosi alle immagini, senza verificarne l'attendibilità.

Tuttavia, attraverso la rete è quasi sempre possibile effettuare delle verifiche per controllare l'attendibilità delle notizie e per svelare informazioni false o comunque non verificate.

Vediamo nel dettaglio come si presentano le "fake news" e quali sono i comportamenti che ci aiutano ad avere un atteggiamento critico e consapevole verso le informazioni che reperiamo online.

Capitolo 2: Information Disorder e Fake News

Secondo l'Enciclopedia Treccani con "fake news" si intendono *"informazioni in parte o del tutto non corrispondenti al vero, divulgate intenzionalmente (quando chi diffonde la notizia sa che è falsa) o inintenzionalmente (quando chi diffonde la notizia non si è accorto che è falsa) attraverso il Web, i media o le tecnologie digitali di comunicazione, e caratterizzate da un'apparente plausibilità, ovvero dal fatto che sono verosimili, sembrano quasi vere, a maggior ragione quando vengono create per alimentare delle aspettative dell'opinione pubblica o alcuni pregiudizi"*.

Secondo uno studio del 2017 fatto su richiesta dell'Unione Europea oggi possiamo distinguere due macrocategorie di "fake news" che vanno a esplicitare le due definizioni "intenzionali e inintenzionali". Le due macrocategorie sono la *misinformation* ("misinformazione") e la *malinformation* ("malinformazione").

MISINFORMAZIONE: Notizie false o distorte, create in buona fede, ma che presentano comunque rischi per il lettore finale. In questa categoria ricadono ad esempio quegli articoli che ci raccontano di nuove scoperte scientifiche basandosi su un singolo studio magari neppure revisionato. Il giornalista, non essendo scienziato, si fida dell'agenzia che ha riportato la notizia, senza approfondire e passando così un'informazione incompleta al lettore finale.

MALINFORMAZIONE: Notizie false o distorte create in malafede. Partendo magari da un fondo di verità si sceglie di raccontare solo una parte della notizia, quella che meglio rappresenta i propri bias (pregiudizi). Questo fa sì che l'informazione finale che arriva al lettore sia distorta in un modo tale da non rappresentare più la notizia iniziale. Questo tipo di disinformazione è molto pericolosa perché particolarmente difficile da riconoscere.

Si tratta quindi di notizie:

- in cui la verità che viene presentata è o distorta, o completamente assente;
- che vengono diffuse su canali digitali e social (Facebook, Twitter, quotidiani e riviste online, blog ecc.);

- che spesso si basano su desideri o pregiudizi comuni.

Un'altra caratteristica delle notizie false è che queste si diffondono molto più velocemente delle notizie vere e, soprattutto, raggiungono molte più persone. Una ricerca condotta dal MIT in collaborazione con Twitter e pubblicata sulla rivista *Science* nel 2018 ha infatti appurato che le falsità viaggiano più lontano, più velocemente, più in profondità e più ampiamente della verità in tutte le categorie di informazioni. Una notizia vera, per raggiungere 1500 utenti, impiega 60 ore. Una notizia falsa, per raggiungere lo stesso numero di utenti, ne impiega 19.

Le notizie false raggiungono circa il 35 per cento di persone in più rispetto alle notizie vere, e un aspetto interessante di questa analisi è che è stato appurato anche che le notizie false e le notizie vere vengono condivise in egual misura dagli algoritmi, i cosiddetti bot. Questo significa che a condividere maggiormente le notizie false sono solo le persone.

Le motivazioni che spingono gli utenti a condividere più facilmente notizie false sono principalmente due:

- l'impatto emotivo che suscitano queste notizie (che spesso confermano i nostri pregiudizi, in inglese *bias*)
- l'interesse per la novità.

Prendiamo per esempio il caso della diffusione del virus COVID-19: la quantità di notizie false sul tema sono tantissime. Dagli articoli che sostengono che il virus non esista, a quelli che propongono cure e rimedi di ogni tipo per sconfiggerlo. Non è difficile capire perché le persone si interessino a chi sostiene queste cose: piacerebbe a tutti che fosse sufficiente assumere tante vitamine per essere immuni al COVID-19, o che bastasse un po' di vino per prevenire il Coronavirus.

Le fake news, quindi, interessano di più delle notizie vere perché indirizzano le paure e i desideri delle persone e perché rappresentano delle novità, che vengono presentate come scoperte o informazioni dell'ultima ora.



Perché esistono?

I motivi che spingono persone e siti a creare notizie false o non verificate sono molteplici.

Uno dei principali è sicuramente legato al traffico che si genera su pagine e siti di questo tipo. Più traffico viene generato su una pagina web, più gli inserzionisti sono disposti a pagare gli spazi pubblicitari che acquistano sulle pagine di quel sito. Questo è il motivo per cui vengono create tante notizie false clamorose: la gente è attratta, legge e condivide tantissimo. Questo porta a un ritorno economico per il blog, il giornale o la rivista che ha pubblicato la notizia.

Un altro motivo riguarda la possibilità di influenzare le decisioni altrui. Basti pensare a quanto le notizie possono influenzare la nostra opinione su una persona, su un avvenimento o su un partito politico. E questo potrebbe avere delle conseguenze su come poi ci comportiamo, su chi riteniamo meritevole della nostra fiducia e su chi votiamo.

Ovviamente, c'è anche chi vuole trovare un modo facile per attirare l'attenzione, o chi ha come obiettivo preciso quello di mettere qualcuno in cattiva luce.

Per esempio, nel 2016, durante la campagna elettorale per le elezioni presidenziali americane, un gruppo di complottisti sostenne che alcune email dell'account di posta elettronica della responsabile della campagna elettorale della candidata Hillary Clinton collegassero esponenti del partito democratico (rappresentato dalla Clinton) e alcuni ristoranti statunitensi a un presunto caso di traffico di esseri umani e abuso di minori.

Questa teoria del complotto, rinominata "Pizzagate", si è ampiamente diffusa sui più popolari social, siti e forum americani e ha raccolto un seguito sempre più diffuso, nonostante la notizia fosse stata screditata da indagini condotte da diverse testate giornalistiche. Secondo diversi sondaggi condotti durante le elezioni, il 17% degli elettori della Clinton credeva che la notizia fosse vera, così come il

46% degli elettori del suo rivale, Trump. Tra questi ultimi anche un uomo del Nord Carolina, che si è recato in una delle pizzerie citate dai complottisti e ha aperto il fuoco con un fucile, fortunatamente senza provocare feriti. Una Fake News che, oltre a mettere personaggi pubblici in cattiva luce, ha rischiato di avere conseguenze davvero drammatiche.

Alcuni esempi di Fake News

Proviamo ad analizzare un po' più nel dettaglio alcuni esempi di notizie false, per capire assieme come vengono costruite e come le immagini vengono spesso utilizzate in maniera fuorviante."

Il flash mob

15 marzo 2020

Meravigliosa Italia. Le splendide foto del flash mob con le luci dei cellulari puntate verso il cielo



In questo caso la foto è vera, ed è vero anche che il 15 marzo del 2020 si è tenuto un flash mob. Ma le luci che si vedono nella foto ovviamente non sono quelle dei cellulari puntati in alto durante l'evento. Si tratta invece di un'immagine satellitare, scattata dagli astronauti che si trovavano sulla Stazione Spaziale Internazionale nel 2015. Attraverso una ricerca per immagini si può risalire alle pubblicazioni originali della fotografia.

Venezia ghiacciata

6 dicembre 2016

Venezia ghiacciata per il freddo, prima volta nella storia!



Il 6 dicembre 2016 esce questa notizia, ma la foto è in realtà l'opera di un artista americano che ha unito alcune immagini di Venezia con quelle di un lago ghiacciato della Siberia. È stata diffusa associandole una notizia falsa per attirare i lettori e ottenere più clic.

Filippo di Edimburgo

“Filippo è morto”, l'indiscrezione choc sul marito della Regina Elisabetta sconvolge il Regno Unito

PEOPLE | FAMIGLIE REALI

“Filippo è morto”, l'indiscrezione choc sul marito della regina Elisabetta sconvolge il Regno Unito

26 marzo 2020

Condividi 13 1 0 7



La regina Elisabetta II e il principe consorte Filippo d'Edimburgo: fotostoria di un amore reale
Foto | Video

Il 26 marzo 2020 è uscita questa notizia sulla presunta morte del Principe Filippo, marito della Regina Elisabetta II.

Ma il Principe Filippo, sebbene 98enne, non è certo morto. Per capire se la notizia di cui si è parlato moltissimo sui media italiani nel mese di marzo era vera o falsa si poteva provare a cercare informazioni da fonti «più vicine» alla monarchia inglese, come gli organi di stampa ufficiali della famiglia reale. Andando a cercare notizie simili, infatti, si sarebbe notato che quasi nessuno in quel periodo ne ha parlato.



Come riconoscere le notizie false

Abbiamo visto in questi esempi alcuni suggerimenti per identificare notizie false, ma ci sono diversi metodi per riconoscere siti o articoli “sospetti”. Quali sono?

Vediamo alcuni suggerimenti per imparare a riconoscere fonti, notizie e autori potenzialmente poco attendibili.

- **La fonte:** è importantissimo controllare il tipo di sito su cui è pubblicata la notizia ed eventualmente cercare riscontro in siti fidati come www.ansa.it, www.corriere.it, www.repubblica.it, www.ilpost.it ecc. Controllando più testate è possibile effettuare delle verifiche incrociate, cercando di risalire alle modalità con cui si è diffusa un’informazione e ai soggetti che l’hanno accreditata. Spesso infatti le testate citano il quotidiano o la rivista che per prima ha dato la notizia. Se, per esempio, si tratta di una notizia sanitaria, il sito del Ministero della Salute sarà molto più affidabile del blog di un personaggio famoso. O se un articolo di Repubblica cita dei dati sulla diffusione delle tecnologie tra la popolazione italiana presi da un report dell’ISTAT, e questi dati sono leggermente diversi da quelli del report, dobbiamo essere in grado di identificare il report ISTAT come la fonte originale e primaria del dato, che può essere stato arrotondato o semplificato dal giornalista di Repubblica per rendere l’articolo più leggibile per il lettore.
- **URL:** l’url è la sequenza di caratteri che identifica univocamente l’indirizzo di una risorsa in Internet. È bene prestare attenzione a questo elemento perché eventuali errori di battitura e nomi “strani” possono essere indizi per identificare siti poco attendibili, soprattutto quando sono simili ad altri siti di informazione famosi e certificati, come «iNews24» o «DirettaNews», che non sono vere testate giornalistiche, ma

hanno lo scopo di ingannare gli utenti con nomi simili a testate importanti per portare le persone a cliccare sui link solo per generare traffico.

- **L’autore:** si può verificare chi è attraverso una ricerca sul web. Se, per esempio, un autore sostiene di essere un professore universitario, il suo nome dovrebbe comparire sul sito dell’università. Se stiamo leggendo un articolo sull’inquinamento delle acque e scopriamo che l’autore scrive abitualmente su siti e riviste di settore e viene spesso citato da importanti testate giornalistiche probabilmente potremo dare un certo livello di attendibilità alle sue parole.
- **Il layout grafico:** solitamente siti e blog che propongono contenuti di alta qualità presentano anche una struttura e una grafica curate, senza errori di battitura. Un layout troppo semplice, testi ricchi di errori grammaticali, pagine piene di pubblicità e poca coerenza grafica sono segnali d’allarme.
- **I titoli delle notizie:** attenzione ai “titoli-esca”, conosciuti anche come clickbait, che spingono a cliccare sul link promettendo grandi scoop (ma mai esplicitati nel titolo): servono solo a generare traffico. Titoli a effetto come «Non immaginerete mai cosa nasconde questa immagine!» sono esche: nel titolo non si svela nulla dell’articolo, semplicemente perché non c’è nessun contenuto. Anche banner come «Clicca qui per sapere come vincere un’automobile!» non sono affidabili: aprire link del genere può addirittura portare a scaricare un virus.

- **La ricerca inversa sui motori di ricerca:** dati e immagini possono sempre essere verificati cercando sui motori di ricerca. Per esempio, basta utilizzare la ricerca per immagini su Google caricando una foto per esaminare tutti i siti dov'è stata pubblicata. Attraverso questa ricerca è possibile anche risalire alle date di pubblicazione, utili per controllare se immagine e testo corrispondono (o se, per esempio, la stessa foto scattata durante un momento di protesta viene riutilizzata anni dopo per mostrare delle piazze più piene di quanto in realtà non fossero). Oltre alle immagini, la ricerca inversa permette anche di verificare se una citazione è stata presa dal suo contesto reale o se è stata estrapolata e inserita in un contesto diverso, assumendo quindi un significato differente.
- **La spunta blu degli account verificati:** sui profili social di personaggi e pagine verificate è presente una spunta blu che garantisce l'autenticità dell'account. Per capire se un autore o una fonte non nota sono attendibili si può provare a cercare il nome dell'autore o del sito sui vari social e verificare se hanno o meno la spunta (attenzione: non tutti ce l'hanno, non basta solo l'assenza della spunta a rendere un sito non affidabile).

Prestare attenzione a questi elementi aiuta a scoprire le informazioni potenzialmente non veritiere e a fare delle verifiche per poter determinare se l'informazione è vera o falsa.

In generale, navigando sul web è bene mantenere un atteggiamento critico, ma è anche importante fidarsi dell'informazione quando questa è di qualità o proviene da fonti dirette (come un report pubblicato da un ente di ricerca, o un'intervista di un esperto).

Navigando in Internet è quindi importante:

- Farsi sempre delle domande
- Usare la testa, essere critici e fidarsi di quello che si è imparato e di quello che si sa di non sapere! Bisogna essere disposti a riconoscere quando non si sa qualcosa e a mettersi a cercare delle prove.
- Imparare a restare col dubbio di qualcosa: è meglio essere insicuri piuttosto che arrivare a conclusioni affrettate e iniziare a diffondere notizie non completamente verificate.

Ecco alcuni link utili per indagare notizie sospette:

Google Images permette, inserendo l'indirizzo URL di un'immagine o caricandola dal dispositivo, di fare una ricerca di foto simili e dei relativi siti di origine: www.google.it/imghp?hl=it

Foto Forensics è un sito che analizza le immagini e riconosce se sono presenti dei fotomontaggi: <https://fotoforensics.com/>

Factcheckers è una piattaforma interamente dedicata a come riconoscere le fake news: <http://factcheckers.it/guida/>



Capitolo 3: Il diritto d'autore (Copyright)

Se si deve fare una ricerca scolastica Internet è sicuramente un mezzo comodo e veloce per raccogliere informazioni. Ovviamente, Internet non contiene tutte le informazioni specifiche e dettagliate che può contenere per esempio una biblioteca universitaria, ma quasi sempre è possibile trovare quello che ci serve per svolgere una ricerca scolastica, o per organizzare l'itinerario di un bel viaggio.

Quando vogliamo utilizzare informazioni reperite in Internet, però, dobbiamo tenere presente che ci sono delle norme precise da rispettare in merito alla possibilità di riprodurre i contenuti che troviamo.

Anche le opere (testi, immagini, video, musica, audio, ecc.) che vengono pubblicate in Internet infatti godono del diritto d'autore, o copyright in inglese, ovvero quel diritto che tutela le creazioni di un artista e, in generale, qualunque opera d'ingegno, cioè opera originale.

Come funziona il copyright

Il diritto d'autore determina che tutte le opere sufficientemente nuove e originali appartengano a chi le ha create. Per la legge italiana e per quella di molti altri stati, quindi, in mancanza di altre indicazioni l'autore di un'opera ne è proprietario. Il diritto decade dopo 70 anni dalla morte dell'autore e, a quel punto, l'opera diventa di pubblico dominio. Per le fotografie, invece, il diritto decade dopo 20 anni dalla produzione della foto, a meno che non si tratti di un'immagine creativa. In quel caso, il diritto d'autore dura 70 anni come per i testi.

Attenzione a non farsi confondere dal simbolo del copyright: spesso immagini, loghi, testi ecc. presentano il simbolo © del copyright. Questo simbolo viene usato per indicare la presenza di copyright, ma, come abbiamo visto, non è assolutamente necessario per determinare che il contenuto in questione gode di protezione.



Che ci sia il simbolo o meno, immagini, testi e altri tipi di contenuti che si reperiscono online vanno utilizzati seguendo dei criteri. Per non rischiare di incorrere in violazioni del copyright è bene osservare alcune accortezze che ci permettono di utilizzare i materiali che reperiamo online in sicurezza e rispettando il lavoro altrui.

Vediamole assieme:

- **Riproduzione:** non è possibile copiare integralmente un articolo, né copiarne alcune parti senza specificare chi è l'autore di tali contenuti. Lo stesso vale per le immagini: è possibile riutilizzare solo le immagini che sono esplicitamente messe a disposizione del pubblico senza il permesso dell'autore. Lo stesso vale per le tracce musicali, i video ecc.
- **Citazioni:** se si desidera riportare un testo, si può fare nella forma della citazione, ovvero esplicitando che si tratta di un contenuto prodotto da qualcun altro, e indicando chi è l'autore e da dove proviene il brano. È bene evidenziare anche graficamente che si tratta di una citazione utilizzando le virgolette e il corsivo. Le citazioni vanno utilizzate comunque con parsimonia, e deve essere chiaro che il testo citato non ci appartiene. Le citazioni inoltre devono essere funzionali al nostro contenuto, vanno quindi intervallate con nostri commenti e osservazioni.

- **Fonti:** se si utilizza una citazione, è necessario sempre inserire la fonte da cui è stata estrapolata. Questo serve anche a contestualizzare le parole dell'autore: la stessa frase utilizzata in ambiti diversi può cambiare radicalmente di significato. Possiamo inserire le fonti anche per spiegare da dove provengono delle idee che magari noi abbiamo rielaborato, in modo da esplicitare che si tratta di un concetto preso da quel determinato autore o da quella determinata opera.
- **Link:** se si sta svolgendo un lavoro online, è possibile anche linkare pagine o fonti. In questo caso possiamo agire liberamente: se linkiamo un articolo perché secondo noi è interessante per l'argomento che stiamo trattando possiamo tranquillamente farlo. L'importante è non riportare sul nostro sito i contenuti che abbiamo trovato, "copiandoli" dal sito originale. Questo è molto importante quando si lavora online: indicare autore e fonte non ci permette di riportare interamente le opere degli altri. Se vogliamo riportare un articolo bisogna usare dei link esterni, non copiarne il contenuto.



Creative Commons

Se un autore vuole rendere il proprio materiale liberamente utilizzabile o modificabile da parte del pubblico senza che quest'ultimo rischi di violare il diritto d'autore può decidere di attribuire alla propria opera una delle varie licenze Creative Commons.

Queste licenze d'uso, in base alla tipologia di licenza, permettono da parte del pubblico diverse tipologie di utilizzo delle opere. Eccone alcune:

- riproduzione libera dell'opera per qualsiasi fini
- riproduzione libera dell'opera per fini non commerciali
- riproduzione dell'opera purché se ne citi l'autore
- riproduzione e modifica dell'opera (che quindi può essere liberamente alterata)

Le opere coperte da queste licenze solitamente presentano questo logo:



Esistono alcuni siti che propongono contenuti protetti da queste licenze e facilmente utilizzabili dal pubblico. Eccone alcuni:

Foto e video

- www.unsplash.com
- www.pexels.com
- www.pixabay.com
- www.stockfootageforfree.com
- www.freepd.com

Musica

- www.freemusicarchive.org

Attenzione: per essere sicuri delle modalità con cui si possono utilizzare questi materiali è bene sempre verificare il tipo di licenza su ciascun sito.

Per riassumere

Se stiamo svolgendo una ricerca per la scuola e abbiamo deciso di utilizzare Internet come mezzo per reperire informazioni dobbiamo ricordarci di seguire alcuni passaggi.

Dopo aver identificato un'opera, quindi un'immagine che vogliamo inserire nella nostra presentazione o un testo che spiega bene un concetto che vogliamo esporre, dobbiamo procedere ponendoci alcune domande che ci aiutano a capire se e come possiamo utilizzare l'opera.

Possiamo utilizzare liberamente l'opera se:

1. Si tratta di un'opera di pubblico dominio, quindi un'opera i cui diritti d'autore sono scaduti (creata più di 70 anni fa se si tratta di un testo o di un'immagine creativa e 20 anni se si tratta di una semplice fotografia)
2. Si tratta di un'opera per cui la legge dispone che non ci sia il diritto d'autore (opere non d'ingegno)

Possiamo utilizzare l'opera seguendo delle condizioni particolari se:

1. Si intende utilizzare l'opera per fini che godono di eccezioni (per esempio i fini didattici)
2. L'opera detiene una licenza come le licenze Creative Commons o proviene da una piattaforma che definisce particolari condizioni di utilizzo

Se l'opera non rientra in nessuno dei casi precedenti, non siamo autorizzati a riprodurre l'opera se non facendone espressa richiesta all'autore, che dovrà fornirci la licenza per l'utilizzo sulla base di un compenso.

ATTIVITÀ CON LA CLASSE

Attività 1 - Vero o falso?

Le fake news sono sempre esistite, si sono modificate nel tempo e con loro gli strumenti di diffusione. Gli studenti vengono sottoposti a un quiz con immagini e devono indovinare se corrispondono a notizie vere o false. Quali domande dovrebbero porsi? Quali strumenti possono utilizzare? Come si riconosce una fake news?

Attività 2 - Cos'è un copyright

- Materiale necessario: possibilità di proiettare, cassa da collegare allo schermo
- Obiettivo: rendere gli studenti consapevoli di cosa sia il diritto d'autore sul web

L'insegnante mostra alcune opere e chiede agli studenti se li utilizzerebbero (per esempio come citazione sui social, come colonna sonora di un video, come logo di un progetto...). In alcuni casi i contributi possono essere utilizzati, in altri no perché protetti da copyright. Viene introdotto il tema delle licenze "CREATIVE COMMONS" - tutte quelle composizioni scritte, prodotte e cedute da autori a patto di apparire nei crediti della produzione multimediale.

Opera d'arte



L'insegnante mostra questa immagine senza dire titolo e autore e chiede agli studenti se secondo loro è protetta da copyright o meno.

La Monna Lisa di Leonardo Da Vinci risale al 1503-1504, ma in questo caso si tratta dell'opera L.H.O.O.Q. di Marcel Duchamps del 1919. Sono trascorsi 101 anni dalla realizzazione, ma l'artista è morto solo nel 1968: l'opera sarà libera da diritti d'autore solo nel 2038.

Brani musicali

L'insegnante fa ascoltare agli studenti 3 diversi brani, chiedendo di riconoscere titolo/autore e capire se è una musica riutilizzabile o meno.

1. "Bella Storia" di Fedez. È una canzone del 2020, quindi coperta da copyright.
2. "We are the Champions" dei Queen. Brano scritto da Freddie Mercury nel 1977. Sono passati 43 anni dalla pubblicazione, ma Freddie Mercury è morto nel 1991: bisognerà aspettare altri 41 anni prima che il brano non sia più coperto da diritti.
3. "Sinfonia n.5", composta nel 1765 da Mozart, il quale è morto nel 1791. Brano libero da copyright.

ATTIVITÀ CON LA CLASSE

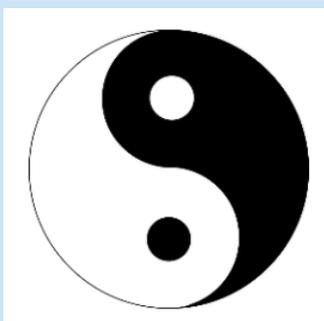
Logo

L'insegnante chiede agli studenti se potrebbero utilizzare questi due loghi per un progetto.



Nel primo caso la risposta dovrebbe essere no, trattandosi del logo della Nike ("Swoosh"), facilmente riconoscibile, nato nel 1971.

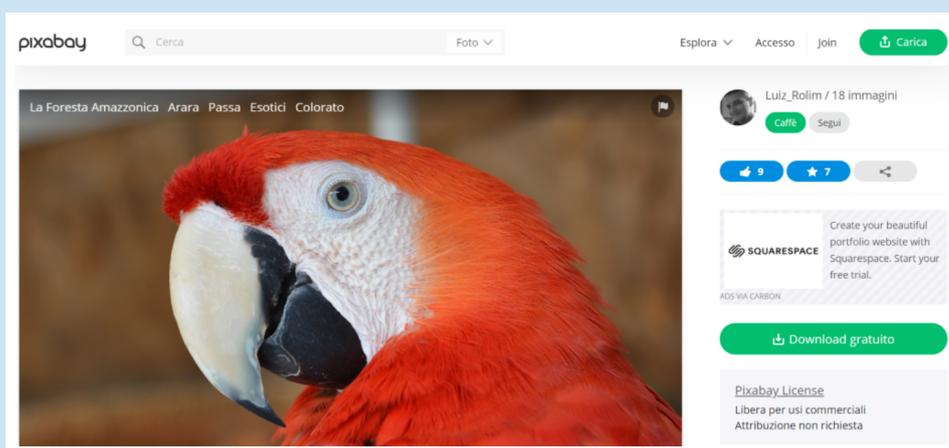
E questo simbolo?



Anche se lo vediamo rappresentato graficamente, lo Yin e Yang fa parte della cultura tradizionale e nella filosofia cinese e ha quindi origini molto antiche. Tutti possono usarlo, infatti lo ritroviamo praticamente ovunque.

Fotografia

Passiamo adesso a una fotografia. È possibile usare la seguente immagine all'interno di una ricerca sulla Foresta Amazzonica?



Viene mostrata questa immagine oppure una a scelta tratta dalla banca dati <https://pixabay.com>. Gli studenti possono riconoscere che è una immagine utilizzabile osservando il sito di provenienza e l'indicazione sulla licenza di utilizzo.

ATTIVITÀ CON LA CLASSE

Citazione di un testo

Infine, viene proposta agli studenti una citazione senza nominare l'autore - Gio Evan, scrittore, poeta e cantautore contemporaneo:

“Ogni volta che rispondi con delicatezza all’arroganza, stai insegnando al mondo la più grande delle rivoluzioni”

Il suo autore sarà ancora vivente? È un Instagram Poet, contemporaneo, quindi da citare sempre se vogliamo usare la sua frase sui social o in contesti commerciali.

E l'autore di questa frase? *“La vita non può essere scritta: la vita può essere soltanto vissuta”*

La frase appartiene al poeta Oscar Wilde. Le sue poesie si trovano un po' dappertutto perché i diritti patrimoniali non possono essere rivendicati dagli eredi essendo trascorsi più di 70 anni dalla sua morte. Questo però non significa che non debba essere citato: permangono comunque i diritti morali, quelli cioè che riguardano l'attribuzione della paternità (provenienza) di un'opera al suo creatore.

Copyright 2020 Samsung Electronics Italia SpA