

Nelle attività di contrasto alla criminalità, negli ultimi anni ha assunto grande rilevanza la capacità di analisi, di comprensione e di predizione di eventi e fenomeni criminali complessi. In tale contesto, si diffonde e riconosce l'utilità nell'ambito delle **attività info-investigative** che spaziano **dalle comunicazioni telefoniche alle organizzazioni criminali, ai gruppi terroristici, dai social media e dall'analisi delle reti sociali**, partendo dall'osservazione fondamentale che la maggioranza delle informazioni oggetto di investigazione da parte delle forze dell'ordine sono notizie di natura relazionale.

di Sara Bartolucci

IL RUOLO DEI SOCIAL MEDIA NELL'INVESTIGAZIONE



Sistemi & Automazione

Sara BARTOLUCCI, analista e trainer presso Sistemi & Automazione dal 2013, esperta nelle attività di Polizia Giudiziaria, ha ampia esperienza nel campo dell'analisi antifrode e business intelligence. Sta specializzandosi sull'analisi di Social Network e Social Media, individuando nuovi ambiti di studio e processi, strumenti e metodologie sempre aggiornate con una chiara vision verso il futuro.



1. Introduzione

Nell'ambito dell'*Intelligence* e dell'investigazione militare si è diffusa sempre più negli anni la disciplina O.S.INT. per i processi di analisi delle fonti aperte. All'interno di questa disciplina, soprattutto nel mondo della *Cyber Intelligence*, si afferma con imponenza l'utilizzo di una innovativa branca: la **SOC.M.INT.**

La **SOCial Media INTelligence**, si riferisce ai **contenuti socialmente prodotti e agli strumenti utilizzati per creare e pubblicare questi dati**¹. Affacciata nel panorama dell'*Intelligence* per i processi di analisi ormai da tempo, viene impiegata sempre più frequentemente e con applicazione in ambiti di contrasto alla criminalità più disparati. Questo approccio investigativo si fonda sul **reperimento di informazioni utili al ciclo di intelligence tramite il monitoraggio e l'analisi dei contenuti scambiati online attraverso i Social Media**.

2. Concetti di base

Un'importante distinzione da farsi subito riguarda la **differente accezione spesso confusa fra social network e social media**: i *social network* sono solo una piccola componente dei *social media*.

I *social media* includono oltre ai *social network*: **blog, forum, siti social, audio, foto, immagini varie, video, chat, livecasting, virtual words etc.** Tutti questi siti e queste applicazioni hanno lo scopo di facilitare la creazione e lo sviluppo dei rapporti sociali e la comunicazione fra individui, ecco perché i *social network* sono la **fonte primaria, ma non esclusiva, della SOC.M.INT.** Esiste un social per tutto: **Twitter** per le comunicazioni brevi ed istantanee, **Facebook** per esprimere emozioni e stati d'essere, **Foursquare** per condividere luoghi, **Instagram** per le foto, **Youtube** per i video, **LinkedIn** per l'ambito professionale, **Last Fm** per gli audio, **Badoo e Meetic** per le relazioni affettive, **Pinterest, Google Plus** etc.

La natura *social* di **Facebook** in primis, ma anche di **Twitter** ed altre piattaforme, facilitano la **condivisione** e la **visibilità di stati psicologici, opinioni politiche, fede religiosa, gruppi d'appartenenza, pagine, gusti, condizione economica** etc. Sfruttare queste fonti informative consente all'investigatore di **acquisire molte notizie non riscontrabili ad esempio nelle banche dati istituzionali o nelle attività di o.c.p.**

L'uso dei *social* è così largamente diffuso che il monitoraggio **lascia impronte digitali che sono come tracce nel web**, informazioni preziose da raccogliere oltre che fra vari SN un "passo falso" è probabile che lo compia. È indispensabile affidarsi a più canali senza imbattersi nell'errore di dare credito ad un unico SN perché è sempre il monitoraggio a scrivere, postando ciò che vuole (non necessariamente veritiero). Bisogna allora mettere insieme più fonti e verificare l'esito delle **informazioni incrociate** perché SOC.M.INT. significa ricavare da ogni SN, ma non solamente, specifiche informazioni con diversa intensità e significatività. Da tenere presente che i *social media* sono tipicamente caratterizzati da: **proprietà** (alto livello di pertinenza), **immediatezza, usabilità** (sono tutti essenziali ed intuitivi, si apprendono con nozioni basiche), **volatilità** (difficile reperire post eliminati), **dialogo ed interazione** perché si può interagire o condividere elementi, **amplificano voci e azioni, promuovono trasparenza e si identificano per una inconsueta immersività**². Ragioni che devono portare **un investigatore competente a saper circoscrivere l'obiettivo investigativo**, selezionando e creando una **lista di priorità** che servono allo scopo, **tenendosi sempre aggiornato sugli strumenti più adatti** e tipici per ogni nazione, fascia d'età, cultura, religione, interessi dell'individuo o del gruppo o dell'azienda, **fino ad incrociare i risultati fra più canali interni alla SOC.M.INT. e poi quelli raffinati, da qui ottenuti, con quelli relativi al resto delle analisi e delle indagini svolte sfruttando strumenti istituzionali ottenendo quindi un supporto concreto per una visione totale.**

1 https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media_intelligence

2 Leonida Reitano, associazione giornalismo investigativo, Roma, dicembre 2015.

Elemento sostanziale dei *social media* è la presenza di notizie riguardanti la **composizione** ed i **comportamenti di alcuni soggetti o di gruppi**, consentendo la possibilità di analizzare **l'evolversi di una rete sociale** oltre a **mantenere uno storico** da approfondire, contestualizzando. Solitamente, **ai risultati della SOC.M.INT., si associa la SNA (Social Network Analysis)**, efficace nell'individuare i **nodi più importanti all'interno delle reti**, tecnica che analizza le strutture, le funzioni e il contenuto delle reti sociali e che negli ultimi anni ha visto incrementare il suo utilizzo in **prospettiva investigativa** e nello **studio della criminalità organizzata**. La **capacità predittiva** è determinata dalla **centralità**, cioè la capacità di un individuo nel mettere in collegamento persone che non si conoscono direttamente, una posizione di ponte tipica di alcuni ruoli³.

Con riferimento alle **attuali vicende terroristiche** e ai promotori di tragiche iniziative ad esse correlate che si avvalgono notevolmente di questi mezzi "social" per diffondere e veicolare messaggi, sarebbe importante per esempio rilevare i **leader delle reti connettive**, i nodi chiave, gli altri **attori**, i **gradi di prossimità**, saper identificare alcuni **indicatori**, l'insorgere di situazioni, monitorare soggetti, saper carpire dati su determinati siti e attraverso profili più o meno chiusi in maniera più o meno intrusiva. L'evoluzione delle modalità di comunicazione del terrorismo impongono all'*Intelligence* di dotarsi di strumenti e competenze capaci di confrontarsi con questo fenomeno. Diventa sempre più indispensabile riconoscere e prevenire processi, a vari livelli e su due dimensioni: comunicazioni private e comunicazioni pubbliche, spesso in tempo reale. Essere in grado di saper aggregare queste informazioni reperite su più siti *social*, saperle utilizzare con dei **criteri** e dei **parametri** specifici, impostando un processo, sommandole a informazioni già ricavate non solo online, ma anche offline nella vita quotidiana, diventa senza dubbio **una parte importante di intelligence per la sicurezza**⁴.

3. Il processo

Le fasi principali che caratterizzano la tecnica SOC.M.INT. nell'investigazione si identificano in:

1. **Prendere in esame tutti i contenuti open** (quelli per esempio per i quali non è prevista nessuna restrizione impostata dall'utente in termini di privacy), **senza concentrare l'analisi su un singolo individuo al solo scopo di analizzare gli andamenti generali del fenomeno di interesse**.
2. **Focalizzarsi sui dati ottenuti in merito ad un singolo individuo al fine di ottenere un numero maggiore di informazioni che lo riguardano**.
3. **Eventuale intercettazione di comunicazioni private**.

Acquisire un **metodo di lavoro nel processo** significa procedere con ordine nel ricercare delle informazioni. La raccolta del materiale attraverso i vari *social media* deve avere **solide basi metodologiche**: data l'enorme quantità di informazioni a disposizione la selezione del campione di quelle da analizzare riveste infatti un ruolo fondamentale. È importante essere formati in tal senso avendo consapevolezza di non attivare inferenze mentali ma essere oggettivi, vivisezionando i dati grezzi e processandoli con un approccio scientifico ed affidabile.

Spesso questo *step* è demandato unicamente a persone con particolari competenze in sistemi informatici di filtraggio di dati, risultando più focalizzato sulla raccolta generica tralasciando la rappresentatività degli elementi; si rende invece indispensabile comporre un team di lavoro diversificato, soprattutto da quando è innegabile il **crescente utilizzo e supporto dei social media nelle indagini**. Saper **individuare i giusti dati spesso costituisce il reale valore** di gran lunga più significativo, del mero numero materiale di dati raccolti, che di fatto potrebbero non contenere informazioni rilevanti ai fini dell'analisi, **cuore del ciclo d'Intelligence**⁵.

Un esempio della generale tendenza a sottostimare la significatività della rappresentatività del campione preso in esame, per esempio nell'analisi dei contenuti su **Twitter**, può essere riscontrata nella identificazione degli *hashtag* quali barriere, già predisposte dalla piattaforma stessa, alle informazioni relative ad una specifica tematica. Recenti ricerche hanno dimostrato che solo una minor parte delle comunicazioni che si riferiscono ad uno stesso argomento viene "etichettata" attraverso l'utilizzo di queste parole, mentre la maggior parte del flusso resta fuori da tale logica.

È opportuno quindi conoscere approfonditamente tecniche, strategie, modalità, per saper catturare i dati con una **visione trasversale ed attenta**, si tratta di un'attività delicata in cui **non è possibile improvvisarsi**. Scegliere quali dati significa anche **reperire video, foto, localizzazioni, non si tratta solamente di dati testuali**⁶. Bisogna saper isolare le varie tipologie e analizzarle una per una prima di poterle connettere in un quadro d'indagine, tenendo presente che lo spazio virtuale ed il suo linguaggio differiscono da quello reale, saper interpretare l'intenzione, la motivazione, la significazione sociale ed eventuali aspetti denotativi e connotativi delle espressioni utilizzate, cioè la cultura che ha prodotto quell'elemento, scavando dettagliatamente fino in fondo oltre la punta dell'*iceberg*, validando le notizie con attenzione perché spesso si verifica nei monitorati la tendenza a cambiare il proprio comportamento qualora si sia consapevoli di essere osservati o rilasciando intenzionalmente informazioni errate o volutamente ambigue.

Una volta valutata la presenza di tali fenomeni, l'informazione filtrata e isolata si arricchisce di livelli di confidenza che possono essere supportati da ulteriori verifiche tramite la connessione con altre fonti strutturate e non, fino a **produrre dei report** in cui i dati informativi siano stati correttamente reperiti, elaborati, analizzati, diventando **affidabili e di oggettivo supporto all'indagine** fino ad indirizzare alla sua risoluzione se non addirittura esserne fulcro accertato.

³ L'indagine investigativa manuale teorico-pratico, Stefano Pais, Giulio Perrotta Primiceri Editore, 2015, Padova, p.70 ss

⁴ <http://www.itstime.it/w/social-media-intelligence-un-nuovo-spazio-per-la-raccolta-di-informazioni-rilevanti-by-alessandro-burato/>

⁵ Ibidem

⁶ Ibidem

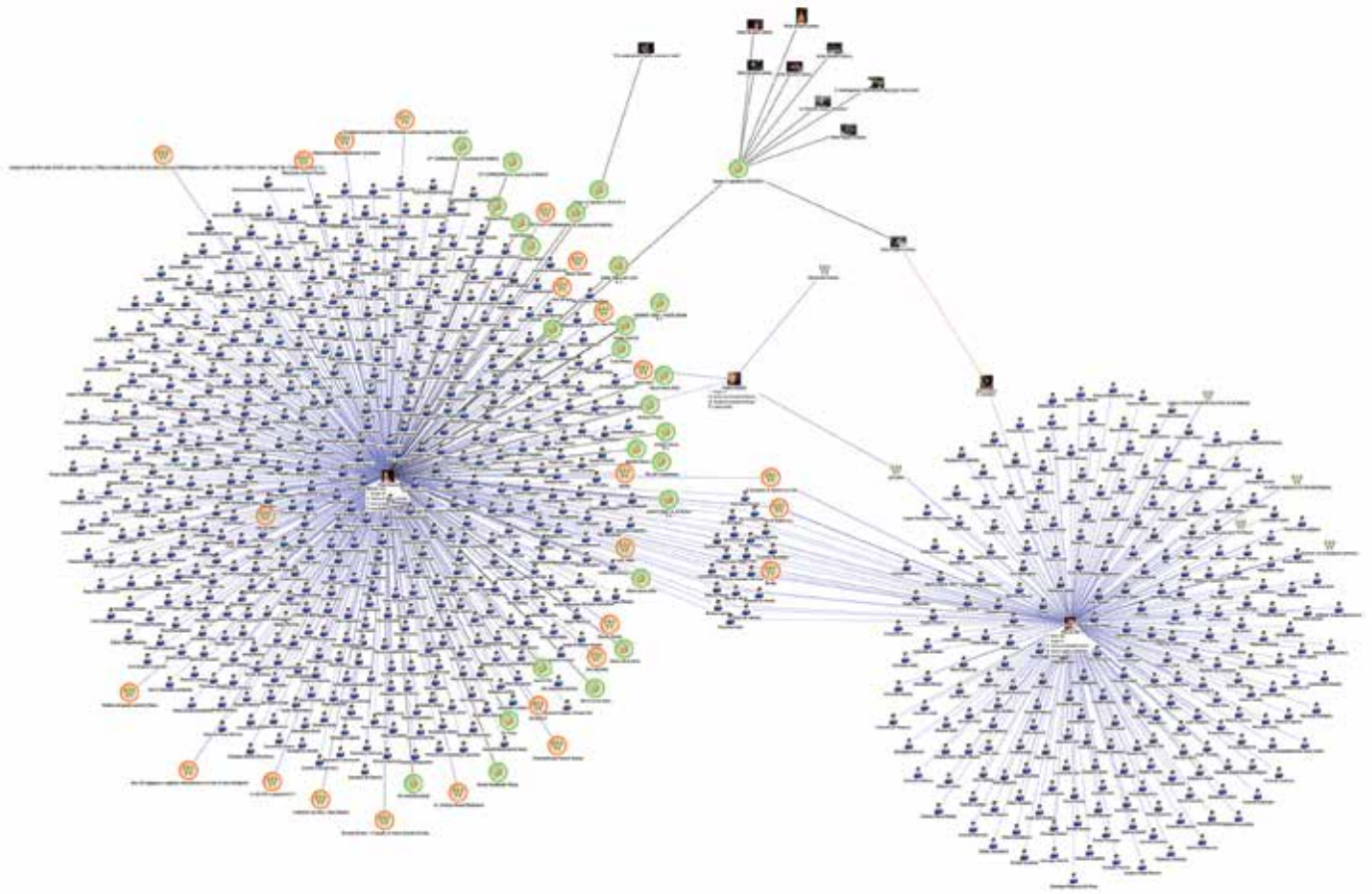


Fig. 1: L'immagine mostra i legami nascosti esistenti fra due soggetti di particolare interesse investigativo: attraverso icone e collegamenti sono rappresentati gli amici in comune ed i gruppi in comune oltre a foto estratte da album fotografici attraverso tag e geolocalizzazione. Il diagramma deriva dalla ricerca effettuata sul SN Facebook tramite il prodotto FaceLink realizzato dalla Sistemi & Automazione.

4. Conclusioni

Il ruolo dei *social media* nell'investigazione acquisisce ogni giorno più rilevanza: SOC.M.INT. non significa cercare vagando nel web, è importante **acquisire il know-how relativo ai siti** (sarà diverso un sito per *dating* da un sito per la ricerca di lavoro, sarà diverso il SN popolare in Russia da quello popolare in Argentina, sarà diversa l'applicazione che utilizzerà un adolescente da quella che utilizzerà un imprenditore⁷), necessita allora una conoscenza di base prima di procedere, applicare la tecnica con **ordine, metodo, procedure** per dare valore aggiunto alle investigazioni **migliorando la qualità del decision-making process** fornendo al decisore (vertici, magistrati etc) **un quadro informativo dettagliato a vari stadi**.

L'analisi dei *social media* rappresenta un metodo di **valutazione dei rischi** atto principalmente a raccogliere dati al fine di fornire informazioni aggiuntive circa determinate minacce: dall'annuncio di suicidio del singolo cittadino, all'annuncio pubblico del kamikaze, alla propaganda politica, alla rete associativa di amicizie di un boss, agli eventi sportivi, comunque si tratta migliorare la sicurezza pubblica e tenere sotto controllo delle dinamiche.

Da sottolineare gli ottimi risultati ottenuti in seguito ad alcune indagini, avvalendosi proprio di questa **innovativa tecnica** che giorno dopo giorno diventa sempre più **affidabile e sistematica fornendo terreno fertile per il reperimento di molte prove** perché i metodi investigativi e di analisi non sempre si fermano al riconoscimento facciale, al monitoraggio ecc., ma si può arrivare proprio ad interagire con il criminale attraverso appositi profili. Per queste ragioni è fondamentale che venga supportata e regolamentata: sono necessari cambiamenti tecnologici, analitici e normativi prima che possa essere considerata a pieno una nuova potente forma di *Intelligence* in quanto il tema relativo alla privacy in ambito *social media* è tema caldo per questioni relative all'equilibrio che deve intercorrere fra sicurezza pubblica, e i diritti di libertà e di privacy⁸. ©

⁷ È utile a tal fine creare una scheda valutativa degli elementi caratterizzanti di ogni SN per classificare le fonti di riferimento ed orientarsi con più dimestichezza.

⁸ <http://www.itstime.it/w/social-media-intelligence-un-nuovo-spazio-per-la-raccolta-di-informazioni-rilevanti-by-alessandro-burato/>