

# OSINT

Open Source INTelligence



# OSINT

**OSINT**, acronimo di Open Source INTelligence, uno dei modi per acquisire dati utili per l'intelligence:

riguarda il monitoraggio e l'analisi di contenuti reperibili da fonti pubbliche, non riservate.

L'**OSINT** è una disciplina afferente al mondo dell'Intelligence, rappresenta attualmente una risorsa fondamentale per le agenzie governative, i servizi segreti e le forze armate di tutto il mondo. Attualmente è un metodo d'indagine diffuso anche nel mondo economico grazie alla sua duttilità e alla possibilità di agevolare le ricerche di mercato, nonché a quello giornalistico.

Grazie alla diffusione delle Rete, allo spopolare dei Social Network e degli Smartphone, che permettono ad ognuno di essere in "contatto" con la comunità virtuale, il Word Wide Web


è divenuto uno dei principali (se non il principale) mezzi di comunicazione capace di sostituire la stampa classica e le trasmissioni televisive perché permette ad ogni suo utilizzatore la condivisione di informazioni e dati.

L'**OSINT** sfrutta il web per poter ottenere le informazioni necessarie (anche in aree remote) per stilare un'analisi e rispondere in tempi brevi alle richieste e alle esigenze investigative.



## FARE OSINT SUL WEB

La nascita della rete Internet ha reso disponibile una incredibile mole di dati, tutti da raccogliere, analizzare e classificare. In questo scenario, l'**OSINT** è indispensabile per definire specifici criteri di ricerca legati a priorità e obiettivi che devono essere raggiunti. Questo implica un processo costante di selezione per trovare fonti utili agli scopi da raggiungere. Il web oggi è la principale fonte aperta, in cui è possibile trovare notizie “fresche” e dati sulle più diverse materie: scienza, tecnologia, finanza, affari, medicina, etc.

A computer workstation with a monitor, keyboard, and mouse is shown in a red-tinted, semi-transparent style. The background features a grid of binary code (0s and 1s) and a large, faint 'OSINT' watermark.

Va ricordato che il web è anche il “luogo” in cui i Paesi, istituzioni, corporazioni, gruppi d’interesse possono influenzare l’opinione pubblica; a tutt’oggi è anche il “luogo” in cui tutti possono esprimersi liberamente, ad esempio nei blog, e diffondere la loro opinione in tutto il mondo in un istante. Pensiamo all’utilizzo dei new media fatto nella recente campagna elettorale italiana.

## COME OPERARE UN'INDAGINE SUL WEB ATTRAVERSO LE FONTI APERTE?

Attraverso il “ciclo **OSINT**” che si compone di quattro fasi, definite le 4 “D”:

# 1

### **DISCOVERY**

Scopo di questa fase è quello di individuare la fonte, ossia conoscere chi è in possesso di determinate informazioni a livello globale, attraverso la conoscenza dei centri di esperti e di consultazione distribuiti nel mondo.

# 2

### **DISCRIMINATION**

Bisogna fare una selezione, ossia “discriminare” o distinguere le fonti attuali da quelle datate, le rilevanti da quelle inutili e quelle accessibili perché economicamente convenienti da quelle proibitive ed impossibili.

# 3

### **DISTILLATION**

si deve avere la capacità di “distillare” le informazioni essenziali le quali possono essere riportate in forma breve ma hanno l'accuratezza tale da poter facilitare il processo decisionale.

# 4

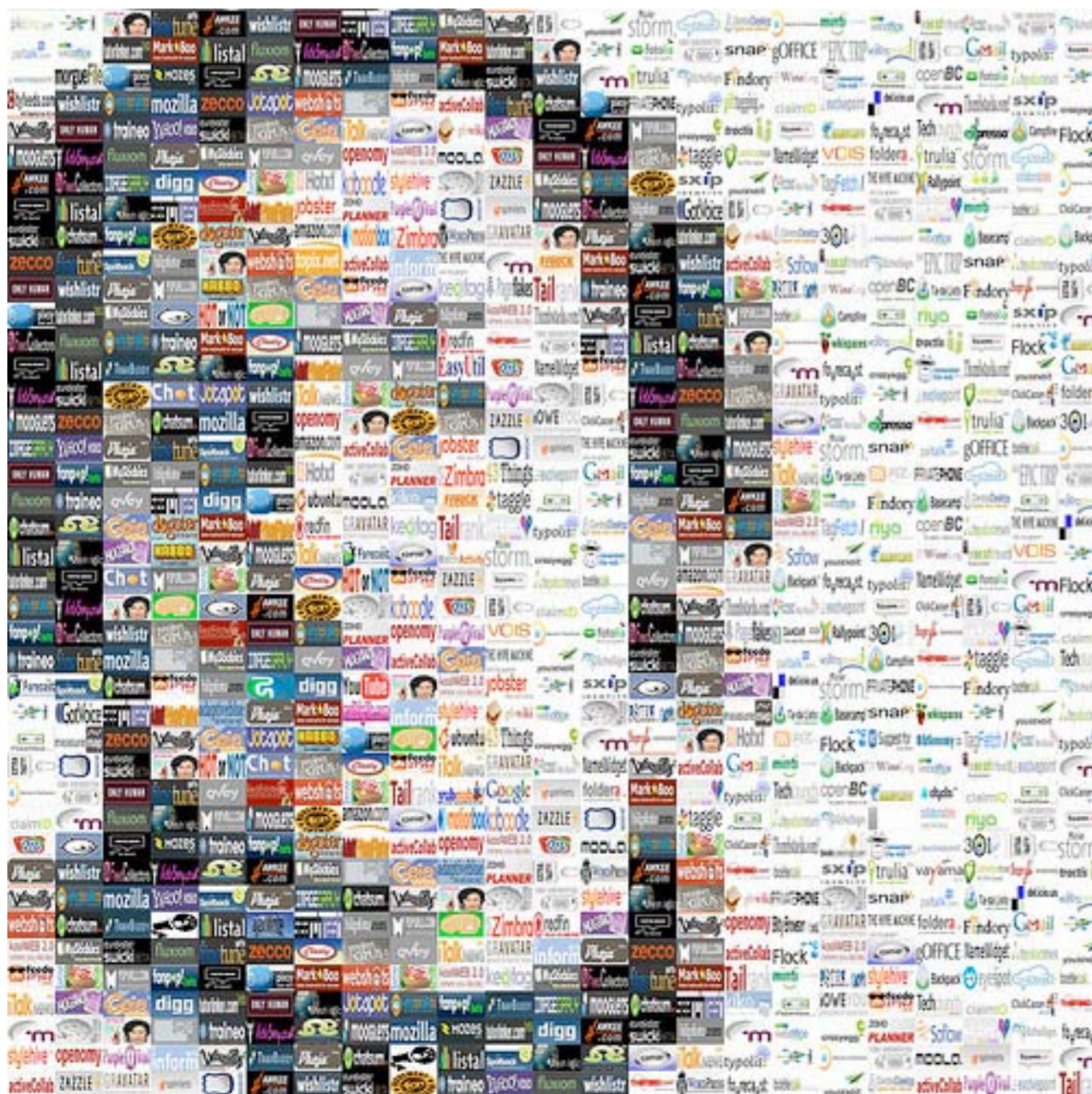
### **DISSEMINATION**

Le informazioni devono essere trasmesse in tempi rapidi tramite un rapporto o un supporto che sia comprensibile ed utilizzabile dai sistemi in dotazione.

## OSINT E SOCIAL MEDIA

L'**OSINT** si innesta al centro della gestione di rapporti di comunicazione integrata on-line, basata su canali spesso non appartenenti al soggetto committente, bensì paralleli, a volte autonomi.

Il processo di ricerca trae risultati, laddove il marketing si occupa di fornire e curare la visibilità on-line di un'azienda, un brand o una persona fisica. Sui social media, in particolare, domanda e offerta si relazionano in maniera paritetica e bidirezionale, coinvolgendo il fruitore del messaggio nel processo di comunicazione.



Nella ricerca di informazioni su fonti aperte, è fondamentale conoscere l'applicazione del marketing e dell'influenza d'opinione su Social Network e Blog, che puntano a creare una relazione duratura nel proprio settore di riferimento, esponendo l'azienda, il brand o il soggetto a opinioni e commenti. La conoscenza delle principali strategie di comunicazione di Community Management, Social Media Marketing, Brand Reputation, è la chiave del reperimento di informazioni in tempo reale su canali che abbiano un contatto diretto con gli umori e le reazioni dei soggetti interessati.

## IL LAVORO DELL'ANALISTA DELLE FONTI APERTE

Lavorare nel mondo dell'Open Sources Intelligence rappresenta una sfida interessante per coloro che desiderano unire capacità di ricerca con quelle di analisi, di studio, di previsione degli eventi, di comprensione linguistica. Innanzitutto occorre fare una premessa: vista la mole di informazioni che si possono ottenere dalle fonti aperte non esiste una sola modalità valida per raggiungere il proprio obiettivo, come non esistono fonti utili ed indispensabili in tutti i casi che verranno presi in esame.

Il compito di chi lavora nell'**OSINT** non è solo quello di effettuare una raccolta idonea e verificarla, ma, e soprattutto, è quello di produrre un'accurata analisi degli eventi e dei dati utilizzabili. Premesso questo, ovviamente il compito dell'analista verte principalmente sulla conoscenza che questo ha della materia, sulle sua capacità di aggiornamento, di comprensione dei fenomeni.



**AGC COMMUNICATION**, inoltre, ha la peculiarità di potersi muovere in diversi contesti culturali e linguistici, grazie alla presenza, nel suo staff, di analisti in grado di comunicare in diverse lingue straniere di non grande diffusione.