

GenderED Coalition

**Disinformazione di genere online:  
Policy Brief transnazionale  
(Bulgaria, Francia, Grecia, Italia)**



**Autrici**

Dr Divina Frau-Meigs (Sorbonne Nouvelle University, France)

Dr Irma Velez (Sorbonne University, France)

*Savoir Devenir*

**Con il contributo di:**

Martina Morbidini, Sylvia Liuti - *FORMA.Azione*;

Sissie Theodosiou - *HOU*;

Snezhina Gabova - *SDA*;

Denitsa Lozanova - *BISI*.



## Obiettivi della Policy Brief

Lo scopo del report è quello di identificare alcune "buone pratiche" esistenti all'interno dei quattro partner europei di progetto (Bulgaria, Francia, Grecia, Italia) sul tema della disinformazione di genere online come minaccia alla realizzazione di ambienti inclusivi sulle piattaforme dei social media (e altri media), che abbiano come caratteristica l'attenzione alla componente della *Media and Information Literacy* (MIL). I dati raccolti vogliono contribuire a una più chiara comprensione degli elementi comuni e delle differenze tra i quadri di competenza nei Paesi dell'UE e i loro valori di legittimazione, in particolare facendo attenzione ai vari attori coinvolti nel processo. Vengono prese in considerazione quattro aree principali: 1/ **i tipi di progetto** (scala, pubblico di riferimento), 2/ **i quadri di competenza** (strumenti di definizione degli standard, temi, valori legittimanti), 3/ **le azioni e gli strumenti *capacity building*** (politiche pubbliche, finanziamenti, valutazione) e 4/ **i principali stakeholder** (media, reti).

L'analisi delle "buone pratiche" è stata adottata come approccio per casi di studio, in quanto è la più idonea a produrre risultati concreti nel caso di questioni come la MIL *education* e la sensibilità di genere, che sono opzionali e trasversali, senza linee guida comuni per la loro valutazione.

Ai fini di questo studio, le "buone pratiche" sono definite come progetti che coinvolgono strategie e/o attività che si sono dimostrate efficaci, sostenibili e/o trasferibili, basandosi su risorse e materiali che sono stati condivisi e testati, con i risultati desiderati, da reperire tramite un sito web dedicato, per garantire che esista una consapevolezza pubblica al riguardo e che non si tratti di un esperimento "one-shot" (Frau-Meigs et al, 2019). Riflettono quindi ciò che è visibile, con una presenza online, a causa dell'attenzione alla disinformazione di genere diffusa sui social media; essendo frutto di una selezione, non mostrano necessariamente l'intera gamma di strategie e attori esistenti.

L'obiettivo principale è stato quello di ottenere alcune informazioni sulle pratiche attualmente esistenti, in assenza di un'importante mappatura del campo della disinformazione di genere in Europa, partendo dai Paesi partner di progetto e prevedendo una scalabilità agli altri paesi UE.

Il rapporto fornisce quindi una panoramica delle principali tendenze emerse da una selezione di 20 progetti in evidenza nei Paesi partner (5 progetti per Paese). I progetti sono stati identificati attraverso un questionario elaborato in

stretta collaborazione con i partner e completato da esperti/e nazionali che fanno parte del progetto **GenderED Coalition**. Le dimensioni principali del questionario miravano a identificare i tipi di progetto e la loro portata, i quadri di competenza adottati, i valori e i temi legittimanti, le attività di *capacity building*, i principali stakeholder e le loro reti. Agli esperti e alle esperte è stato anche chiesto di fornire informazioni sul loro contesto nazionale (tappe storiche, legali e politiche su genere e disinformazione) e di evidenziare una serie di raccomandazioni derivanti dalla loro analisi, per favorire la consapevolezza e promuovere il cambiamento nella valutazione generale della disinformazione di genere online.

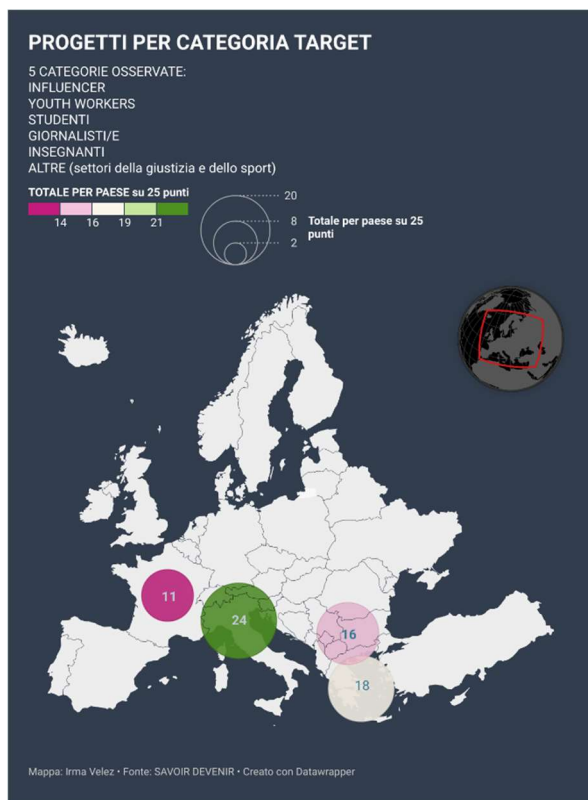
**Tutti i diritti riservati:** Il documento è di proprietà dei membri del partenariato. Non è consentita la copia o la distribuzione, in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo, senza il previo accordo scritto con chi detiene i diritti di proprietà. Questo documento riflette solo il punto di vista degli autori.

## Risultati principali

Nonostante la varietà dei progetti e dei contesti nazionali, dall'analisi dei Paesi emergono alcune forti tendenze lungo le quattro dimensioni considerate, se applicate alla disinformazione di genere.

### 1. i tipi di progetto (categoria, scala, pubblico di riferimento)

Dei 20 casi esaminati, la categoria di progetti più comune è quella delle "risorse" (15), seguita dal "coinvolgimento degli utenti finali" (9). L'insieme di queste due categorie mostra l'attenzione a fornire un supporto in prima linea a tutti i tipi di cittadini, compresi gli anziani.

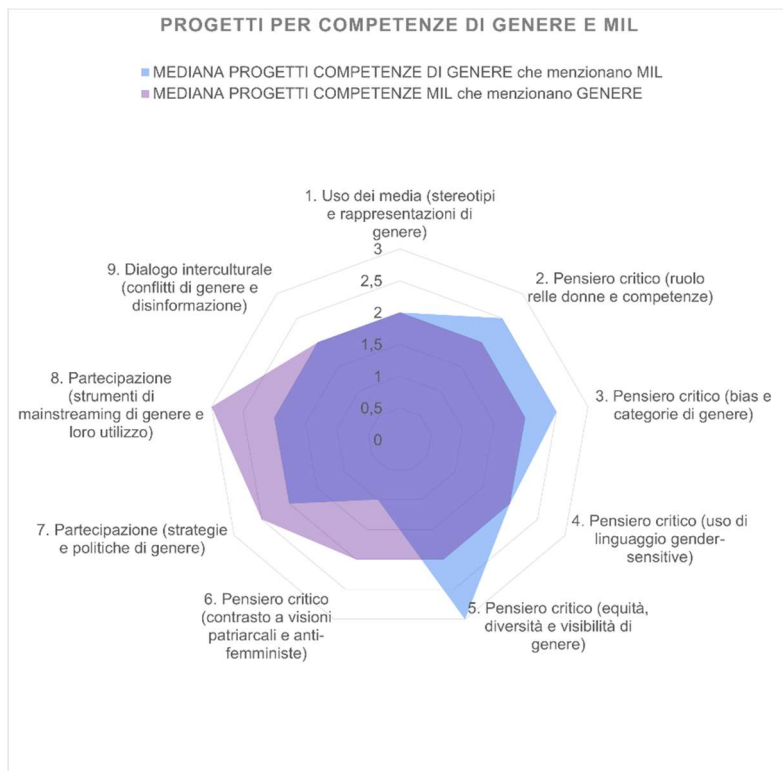


[https://www.datawrapper.de/\\_/UMcoE/](https://www.datawrapper.de/_/UMcoE/)

La maggior parte dei progetti si rivolge ai giovani, nonostante la mancanza di una base curricolare, con un'enfasi ridotta sull'infanzia. Le principali figure professionali coinvolte sono le categorie di insegnanti, giornaliste/i e *youth workers*, mentre è da notare una sotto-rappresentazione degli influencer.

Tutti i progetti (20) sono rivolti a donne e la maggior parte di essi si rivolge anche agli uomini (16 su 20). Meno di un terzo (6 su 20) si rivolge anche a una utenza non binaria e/o LGBTQI+.

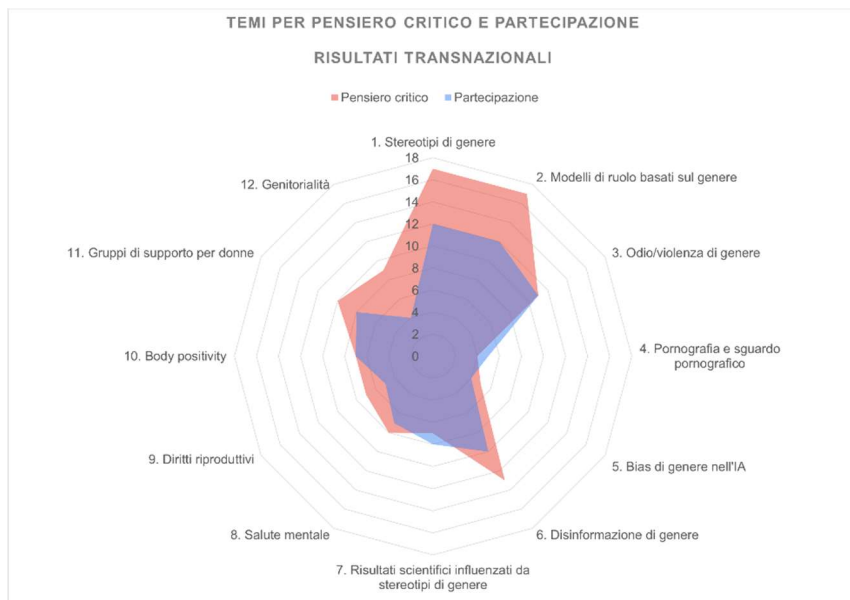
I progetti corrispondono a buone pratiche significative e mostrano una varietà di configurazioni tra le iniziative e tra i Paesi, che confermano la complessità del problema della disinformazione di genere e la diversità delle questioni correlate (salute, istruzione e giustizia sociale). Molti progetti hanno mostrato molte sovrapposizioni di categorie, il che indica la loro complessità. La combinazione di categorie è molto eterogenea tra i progetti e non mostra un consenso né un modo preferito di condurre i progetti. Ciò può indicare una dispersione di energia e una mancanza di chiarezza (sugli obiettivi, sugli scopi di diffusione, ecc.).



## 2. i quadri di competenza (strumenti di definizione degli standard, temi, valori legittimanti)

Nei 20 progetti esaminati non è stato fatto alcun riferimento specifico ai quadri di competenza. Non sono chiaramente visibili né nelle descrizioni dei progetti né nei metodi di formazione descritti. Le competenze specifiche a cui ci si è rivolti sono state menzionate

senza esplicito riferimento, e alcune hanno dovuto essere dedotte e lasciate alla discrezione degli esperti e delle esperte. Di conseguenza, nei progetti rivolti alle scuole non è stato menzionato alcun programma di studi esistente né in materia di MIL né di educazione di genere.

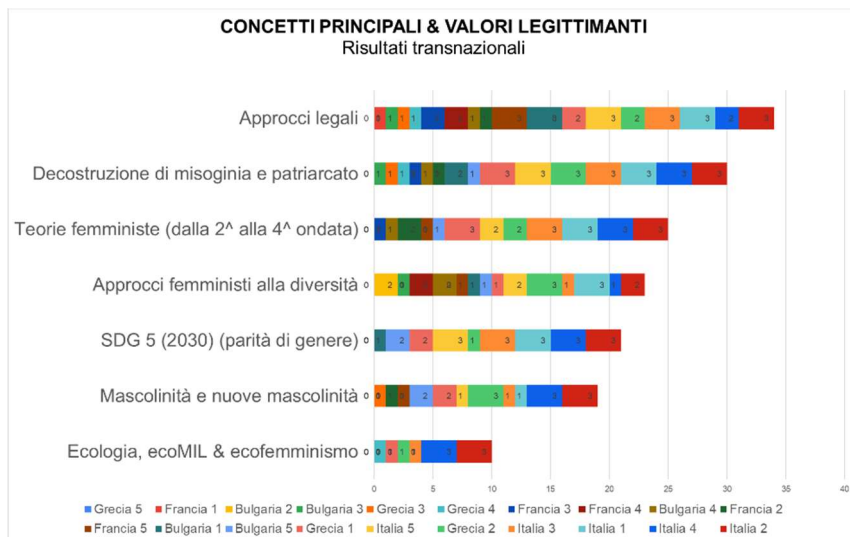


La "partecipazione" è stata la competenza principale per i progetti basati sulla MIL, mentre il "pensiero critico" è stata la competenza principale per i progetti basati sull'educazione di genere. I progetti più significativi sono caratterizzati anche dal "Dialogo interculturale", comprese le competenze relative alla sfida ai discorsi d'odio e alla disinformazione online.

I principali temi legati alla disinformazione che hanno avuto più probabilità di essere trattati nei progetti sono stati: "Modelli di ruolo di genere", "Stereotipi di genere", "Odio/violenza di genere" e "Disinformazione di genere". I temi meno trattati nei progetti sono stati: "Bias di genere nell'IA", "pornografia e sguardo pornografico", e "diritti riproduttivi". Quando si incrociano il pensiero critico e la partecipazione per temi, c'è una quantità significativa di sovrapposizioni tra i progetti MIL e i progetti di educazione di genere, il che indica un potenziale sviluppo misto lungo le competenze più importanti.

Per quanto riguarda i valori legittimanti, le due categorie principali sono "Approcci giuridici" e "Decostruzione della misoginia e del patriarcato". Le categorie meno citate sono "Mascolinità e nuove mascolinità" e "Ecologia ed ecofemminismo". I valori legittimanti mostrano un certo allineamento con i temi dominanti, in particolare "modelli di ruoli di genere" e "misoginia e

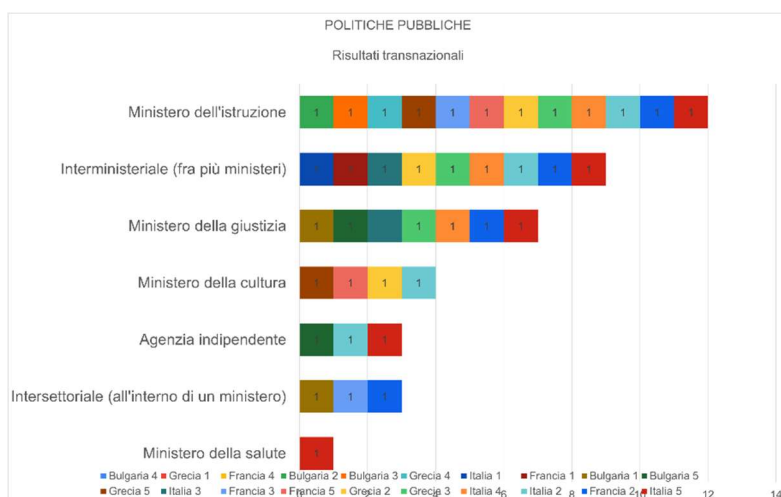
patriarcato". I "valori legittimanti" mostrano una certa discrepanza con le competenze, in particolare a causa scarsa incidenza della categoria "pensiero creativo (che contrasta le visioni patriarcali e antifemministe)".



Sia i progetti sull'educazione di genere che sulla Media e information Literacy sono deboli in termini di spiegazioni e giustificazioni ideologiche e teoriche; anche se sono sottese, spesso non sono rese visibili e sono coperte da termini "legali". Le competenze di genere più importanti per affrontare i media e la disinformazione (il pensiero critico nelle sue tre dimensioni (5/ equità di genere, diversità e visibilità, 3/ pregiudizi di genere e categorie di genere, 2/ ruoli e competenze) sembrano riflettere un approccio del femminismo della seconda ondata degli anni '60, che può essere visto come un'appropriazione riuscita dei diritti delle donne nella società e una decostruzione della misoginia sistemica. Tuttavia, l'assenza di pensiero creativo ("contrastare il patriarcato e le opinioni antifemministe") indica una debolezza in tutti i progetti. In pratica, i mezzi di comunicazione di massa e i social media non vengono percepiti come escludenti e screditanti nei confronti delle donne e il loro sistema di produzione e il loro funzionamento, strutturalmente distorto, non vengono decostruito e criticato a fondo. Il femminismo e il ruolo dei media sembrano a-storici, senza o con pochi accenni alle ondate femministe e al legame con l'uso dei media (e all'impatto strutturale su ogni nuova ondata). Questo si riflette anche nella scarsa riflessione sull'applicazione acritica della tecnologia (dai primi risultati, carente lo studio della riproduzione dei pregiudizi di genere da parte dell'intelligenza artificiale, per esempio).

### 3. le azioni e gli strumenti di *capacity building* (politiche pubbliche, finanziamenti, valutazione)

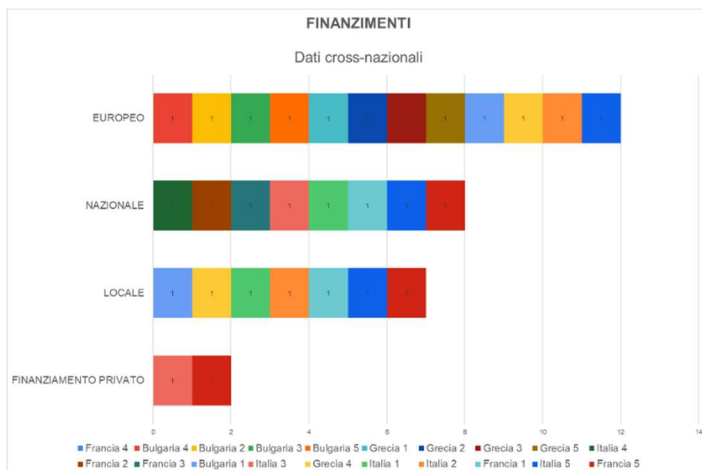
Le azioni di *capacity building* tendono a basarsi sulle direttive e sulle politiche dell'UE. Le politiche pubbliche in atto tendono provenire dal settore dell'istruzione (12 progetti su 20) e in misura minore da entità interministeriali (tra più ministeri, 9 progetti su 20). Il settore giustizia (7) e cultura (4) restano indietro, mentre la politica pubblica meno presente riguarda la salute (1 progetto su 20). La maggior parte dei progetti riguarda più di due settori politici (ed entità intersettoriali), il che richiede una gestione complessa del progetto e della responsabilità. Ciò è in linea con i risultati relativi alle parti interessate, che mostrano un mix di attori ed entità eterogenee.



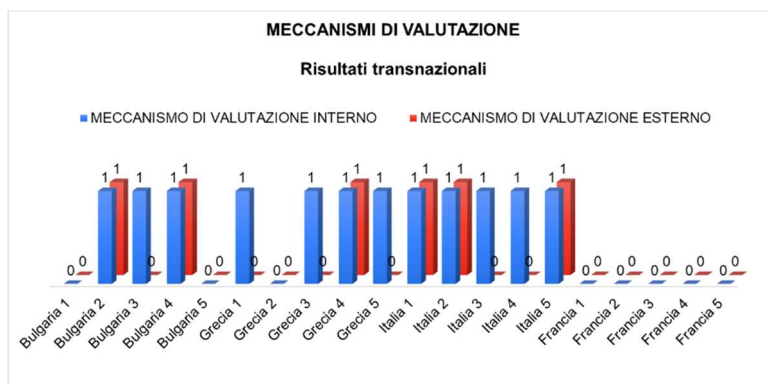
La relativa assenza del ministero della Cultura non è congruente con il ruolo dei media come stakeholder impegnati e mostra una mancanza di leadership, preoccupazione e visione condivisa tra il settore dei media pubblici e privati. Considerando l'importanza della lotta alla violenza di genere, la relativa presenza del ministero della Giustizia mostra una certa coerenza con le competenze del progetto che riguardano la partecipazione (strumenti e usi del mainstreaming di genere) e il pensiero critico (equità di genere, diversità e visibilità). Quando viene mobilitata la giustizia, i progetti sembrano essere favoriti dai quadri giuridici. Tuttavia, la presenza relativa della giustizia mostra una discrepanza, in quanto alcuni temi principali come "*body-positivity*", "Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e diritti umani" sono debolmente rappresentati e non sono incorporati nelle questioni portate dalla giustizia e dalla salute.



Le politiche dell'UE hanno anche un impatto su più della metà dei finanziamenti dei progetti (12) e sul loro recepimento a livello nazionale (quasi la metà dei progetti-8). Ciò evidenzia la forza dell'UE nello strutturare i progetti, soprattutto in termini di uguaglianza tra uomini e donne, a potenziale discapito di altre questioni, tra cui la lotta alla disinformazione di genere online. Ma questo può anche creare dipendenza e avere un impatto livellante sui progetti nazionali e locali.

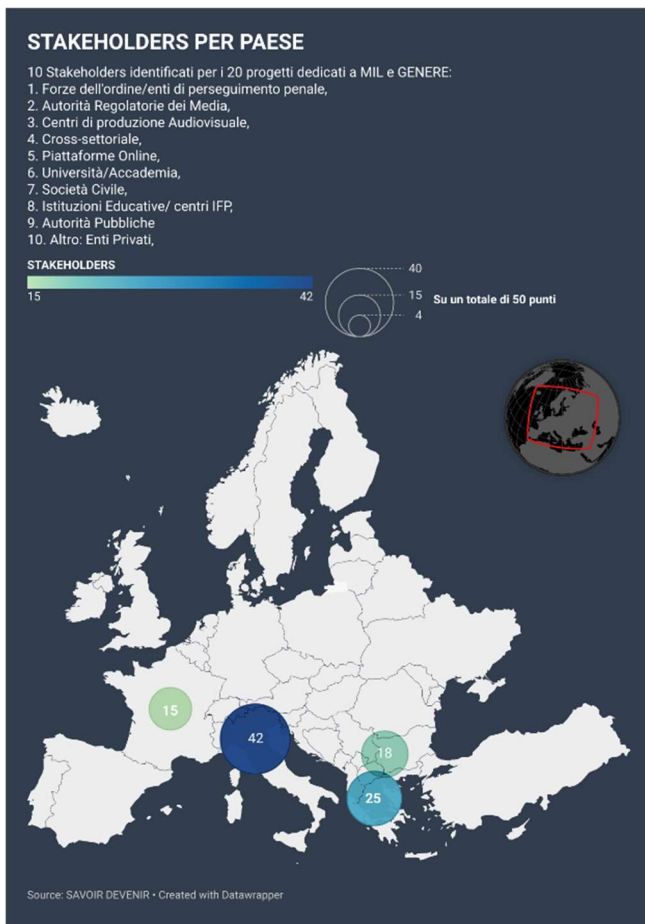


La valutazione dei progetti riflette una tendenza simile. Due terzi dei progetti sono valutati internamente (12), mentre un terzo è valutato solo esternamente. C'è una sovrapposizione di valutazione esterna e interna, che indica il tentativo di rafforzare la valutazione e la responsabilità (come richiesto dall'UE). Circa un terzo dei progetti (8) non viene valutato affatto, il che è preoccupante in termini di mancanza di trasparenza a livello pubblico e di mancanza di impatto effettivo dimostrato.



## 4. i principali stakeholder (settori, reti, media)

Le autorità pubbliche e le istituzioni educative sono le principali parti interessate, seguite dalla società civile e dal mondo accademico. I media (tramite piattaforme online, fornitori di contenuti audiovisivi, autorità di regolamentazione dei media) sono moderatamente coinvolti (meno della metà dei progetti, 8 e 9 su 20).



La maggior parte dei progetti è guidata da istituzioni e politiche e presenta un quadro intersetoriale. La maggior parte dei progetti è fortemente multi-stakeholder e coinvolge attori ed entità molto eterogenee, la cui missione non è necessariamente la MIL o l'educazione di genere. Il coinvolgimento dei media è molto eterogeneo tra mass media e social media, autorità regolari e fornitori di contenuti.

Tra le reti, le ONG sono presenti in più di due terzi dei progetti (13) e le reti con sostegno pubblico sono presenti in quasi due terzi dei progetti (11).

[https://www.datawrapper.de/\\_/rOVOD/](https://www.datawrapper.de/_/rOVOD/)

Ciò riflette la duplice valenza delle "buone pratiche", che possono essere sia dal basso verso l'alto (società civile) sia dall'alto verso il basso (enti di servizio pubblico). Il settore privato è assente, ma potrebbe agire attraverso fondazioni e ONG per alcuni progetti specifici. Inoltre, la maggior parte dei progetti (13) si basa su più di due reti e la forte presenza di ONG indica

una dimensione internazionale (UE) di molti progetti, con un potenziale trasferimento di pratiche e risorse. Questi tipi di attori non hanno necessariamente una responsabilità o una missione statutaria in materia di MIL o di educazione di genere, ma hanno comunque un interesse per la questione.

Per quanto riguarda i social media, circa la metà dei progetti (11) utilizza o si rivolge a 2-4 tipi di social media, mentre 4 progetti non utilizzano né si rivolgono ad alcun tipo di media, al di fuori del loro sito web. Il tipo di utilizzo dei social media sembra corrispondere all'età del pubblico target, con la prevalenza di Facebook (per adulti e anziani) seguita da Instagram e Tiktok (più orientati ai teenager). La maggior parte dei progetti mostra una forte dipendenza dai siti web per la diffusione delle informazioni. Esiste chiaramente un enorme divario tra l'argomento della disinformazione di genere, i social media che ne sono influenzati o che la favoriscono e il loro uso o obiettivo da parte della maggior parte dei progetti.

Le reti dei social media sembrano essere utilizzate per lo più per informare e diffondere, piuttosto che essere prese di mira come fonte di disinformazione di genere. Questo potrebbe riflettere la tendenza della MIL a proteggere gli utenti (soprattutto i giovani) mettendo in guardia dai rischi senza esporre i giovani ai social media (a causa della maggioranza digitale). Ciò conferma i risultati che mostrano lo iato tra partecipazione e pensiero critico nei progetti MIL e di educazione di genere.

## **Raccomandazioni per Policy Makers**

*#1 - Stabilire una base necessaria per la valutazione dei progetti e dei quadri di competenza, da utilizzare da tutti gli Stati membri dell'UE.*

*#2 - Sviluppare e implementare un quadro completo di competenze MIL e di genere, come base di programmi di qualificazione specializzati per professionisti/e.*

*#3 - Produrre una Guida combinata per l'educazione al genere e alla MIL come mezzo per promuovere l'uguaglianza di genere e la democrazia in modo trans-settoriale, in particolare per il personale degli organismi per l'uguaglianza di genere e contro la discriminazione.*

*#4 - Aumentare la consapevolezza e la formazione sulla disinformazione di genere online, specificando chiaramente i descrittori e i risultati attesi, in particolare attraverso l'alfabetizzazione mediatica e/o l'educazione di genere.*

*#5 - Implementare una valutazione efficace collegando il mondo accademico e la ricerca indipendente con la gestione dei progetti nella fase iniziale di progettazione delle iniziative.*

*#6 - Fornire finanziamenti, formazione, accesso a dati e strumenti e condivisione delle conoscenze per migliorare le capacità di ricerca e di verifica dei fatti.*

*#7 - Migliorare l'attuazione delle politiche, in modo da colmare il divario tra gli sforzi proattivi della società civile e le risposte ritardate e inadeguate delle autorità pubbliche.*

*#8 - Sostenere la ricerca transnazionale per raccogliere dati e informazioni attraverso sistemi e strumenti di monitoraggio adeguati (come lo strumento di mappatura del progetto GenderED Coalition) per informare e ispirare altri decisori politici e le principali parti interessate.*

## Conclusioni

Questi risultati evidenziano alcuni punti di forza e alcune criticità riguardo alla situazione attuale, identificando possibili soluzioni. Sebbene siano stati compiuti notevoli progressi nell'affrontare i pregiudizi e gli stereotipi di genere attraverso le iniziative MIL nei quattro Paesi partner, rimangono aree critiche che richiedono ulteriore attenzione. La questione della "disinformazione di genere" online non è attualmente al centro dell'attenzione degli organismi decisionali all'interno di organizzazioni civili e politiche. Quando viene menzionato, è per lo più nella prospettiva di altri temi e valori (come gli stereotipi di genere, la violenza di genere, l'uguaglianza di genere). La disinformazione di genere non viene affrontata come argomento a sé stante, il che diluisce qualsiasi tentativo di costruire un caso in merito. Inoltre, i gruppi di interesse e le reti che sostengono i progetti analizzati non hanno come missione principale il contrasto alla disinformazione di genere e sembrano affrontare il tema solo parzialmente, all'interno della loro agenda sociale più ampia.

Questi risultati sono ancora più preoccupanti perché aiutano solo in parte a costruire la resilienza dei cittadini dei Paesi analizzati. Essi confermano le lacune politiche, legali ed educative per affrontare i potenziali danni della disinformazione di genere online. Questo rapporto evidenzia il rischio di una mancanza di fiducia nelle politiche pubbliche e negli strumenti messi in atto, se non viene sviluppata la formazione dei decisori e dei responsabili politici in settori come la giustizia, la polizia e la sanità.

Questi risultati indicano possibili soluzioni. L'integrazione dell'alfabetizzazione MIL e di genere nei programmi educativi degli Stati membri dell'UE è fondamentale. Ciò dovrebbe consentire a giovani e adulti di applicare il pensiero critico per costruire la resilienza ai messaggi dei social media, agli abusi sessuali basati sulle immagini, alla violenza di genere online e agli stereotipi di genere. Lo sviluppo, la semplificazione e l'implementazione di un quadro di competenze sulla disinformazione di genere che combini le caratteristiche della MIL e dell'educazione di genere dovrebbe diventare una priorità politica. Oltre a questo quadro globale, una maggiore attuazione delle politiche, una maggiore trasparenza nella valutazione e partenariati intersettoriali più forti sono essenziali per misurare l'impatto dei progetti e far progredire questi sforzi e raggiungere un'uguaglianza di genere duratura. Senza uno sforzo concertato da parte di attori pubblici e privati per rendere facilmente disponibili questi programmi di formazione, la società in generale sarà un facile bersaglio per la disinformazione, la propaganda e le "fake news".

## Allegati

Allegato 1: Report transnazionale <https://www.genderedcoalition.net/cross-country-report>

Allegato 2: report nazionali <https://www.genderedcoalition.net/countryreports>

Allegato 3: Mappatura online dei progetti GenderED Coalition  
<https://www.genderedcoalition.net/goodpracticesmapping>

Disclaimer UE: Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.